"...Tôi yêu quyển sách này. Nó tiết lộ cho tôi biết Bí Mật để Thôi Miên Cảm Xúc của tất cả mọi người và khiến họ tự nguyện đưa tiền cho tôi càng nhiều càng tốt."

(Nhận xét của Tiến sĩ **JOE VITALE**, tác giả của *Thôi Miên Bằng Ngôn Từ* về cuốn sách " *Tử Huyệt Cảm Xúc - Ma thuật Thôi Miên Bất Kỳ Ai chỉ bằng Lời Nói*")

TỬ HUYỆT CẢM XÚC

NGHỆ THUẬT **THÔI MIÊN** BẤT KỲ AI CHỈ BẰNG LỜI NÓI



Tác giả **ROY GARN**

BẬC THẦY VỀ NGHỆ THUẬT THÔI MIÊN CẢM XÚC - BÍ MẬT TRIỆU ĐÔ GIÚP BẠN ĐẠT ĐƯỢC MỌI ĐIỀU MÌNH MUỐN TRONG CUỘC SỐNG

"Đây chính là Thôi Miên Bằng Ngôn Từ trong lời nói và giao tiếp hàng ngày. Đọc cuốn sách này, bạn sẽ khám phá ra rằng lằn ranh mong manh giữa Thành Công hay Thất Bại, Hạnh Phúc và Bất Hạnh, Vui Vẻ và Giận Dữ,... đôi khi được quyết định chỉ bởi MỘT TỪ DUY NHẤT thốt ra từ miệng mình. Cuốn sách này sẽ giúp bạn sở hữu kỹ năng giao tiếp khôn khéo và hoàn mỹ mà bạn hằng mơ ước."

Dịch giả PHAN NGUYỄN KHÁNH ĐAN

LỜI GIỚI THIỆU VỀ CUỐN SÁCH

Tôi có may mắn đọc cuốn sách " Tử huyệt cảm xúc" trong năm 2015. Thực sự đây là một cuốn sách kinh điển về nghệ thuật giao tiếp. Bạn sẽ tìm thấy những tinh hoa về cách giao tiếp giữa con người với nhau tại cuốn sách này.

Tôi đã biên tập ebook này với mong muốn chia sẻ tới nhiều người hơn. Tuy nhiên bạn đừng nhầm lẫn, cuốn sách này thuộc về tác giả **Roy Garn** và dịch giả **Phan Nguyễn Khánh Đan.**

Còn bây giờ, bạn của tôi, hãy in nó ra, và tận hưởng một tinh hoa của Nghệ thuật giao tiếp ứng xử.

Bạn có thể tìm thêm các ebook hay Free khác tại http://webtietkiem.com/tu-khoa/ebook-free/.

Chúc bạn đọc sách vui vẻ!

THƯ NGỎ CỦA DỊCH GIẢ

Chuyện tồi tệ gì sẽ xảy ra nếu người khác biết được“Gót chân Achilles” của BẠN?

Quyển sách này sẽ cho bạn câu trả lời – mà bạn sẽ nhớ cả đời!

Tôi đang nói đến nhân vật được chọn làm hình bìa cho quyển sách này: người anh hùng Achilles trong thần thoại Hy Lạp.

Đây là một cuốn sách viết về Tử Huyệt Cảm Xúc - những “điểm yếu chết người” trong tính cách của mỗi chúng ta. Tử Huyệt Cảm Xúc có thể giúp chúng ta đạt được hạnh phúc và thành công tột đỉnh, nhưng cũng có thể khiến chúng ta... rơi vào bi kịch như Achilles!

Trong thần thoại, Achilles là một á thần mình đồng da sắt vì từ nhỏ, anh được mẹ mình – nữ thần sông Thetis – dốc toàn bộ cơ thể anh nhúng vào nước thánh. Do bà mẹ cầm chân đứa con nhúng xuống nước, nên gót chân là bộ phận duy nhất của Achilles không được bảo vệ. Ngoài gót chân ra, không một loại vũ khí hay hỏa công nào có thể làm tổn thương được cơ thể của Achilles. Anh là một chiến binh võ nghệ cao cường, bách chiến

bách thắng và chưa bao giờ nếm mùi thất bại. Vậy mà cuối cùng, người chiến binh dũng mãnh này chết tức tưởi chỉ vì một mũi tên bắn trúng ngay gót chân của mình trong cuộc chiến thành Troy đã được sử sách ghi lại.

Câu chuyện về Achilles được lưu truyền và nổi tiếng đến nỗi cụm từ "Gót chân Achilles" trở thành một thành ngữ thông dụng với ý chỉ điểm yếu hoặc tử huyệt của con người.Chỉ vì gót chân tử huyệt của mình, Achilles mất mạng.

Tương tự, một cô nàng xinh đẹp đang ngất ngây trong hạnh phúc bỗng dưng đánh mất người bạn trai quen nhiều năm của mình ngay trong lễ đính hôn chỉ vì một kẻ thứ ba xông vào "bắn trúng" Tử Huyệt Cảm Xúc của anh ta, khiến chàng trai ngay lập tức bỏ cô và chạy theo tiếng gọi của tình yêu mới.

Nếu chúng ta không nhận biết và kiểm soát được Tử Huyệt Cảm Xúc của bản thân mình, chúng ta có thể đánh mất nhiều quyền lợi, cơ hội thành công, thậm chí là hạnh phúc cả cuộc đời, tất tần tật những điều tốt đẹp nhất mình đang có... chỉ trong phút chốc!TỬ HUYỆT CẢM XÚC - Ma thuật Thôi Miên Bất Kỳ Ai chỉ bằng Lời Nói - nhà sách trực tuyến Sức Mạnh Ngòi Bút.

Trái lại, nếu bạn nhận diện và làm chủ đượcTử Huyệt Cảm Xúc của bản thân, bạn cũng sẽ dễ dàng nắm bắt và điều khiển được Tử Huyệt Cảm Xúc của người khác,à khi đó, bạn sẽ có thể đạt được mọi điều mình muốn trong cuộc sống,Tử tiền bạc, tình yêu, cho đến sức khỏe và danh tiếng!

Như kẻ thứ ba trong câu chuyện kể trên, nhờ nắm bắt được Tử Huyệt Cảm Xúc của chàng trai mà cô dễ dàng khiến cho anh ta làm điều cô muốn ngay lập tức: bỏ vợ sắp cưới và đi theo cô! Bạn sẽ tìm thấy toàn bộ nội dung câu chuyện trong Chương Sáu của cuốn sách này.Nhờ tác động được đúng Tử Huyệt Cảm Xúc của nhà sáng lập công ty trong cuộc phỏng vấn tuyển dụng, anh chàng nọ một bước trở thành Trợ lý Tổng Giám Đốc cho một tập đoàn danh tiếng. Câu chuyện này được trình bày trong Chương Ba của cuốn sách. Chỉ nhờ nói trúng được Tử Huyệt Cảm Xúc của "vua thép" Andrew Carnegie, mà Charles M. Schwab đã thuyết phục thành công vị đại gia này đồng ý thực hiện bản hợp đồng sáp nhập các công ty thép trị giá 600 triệu đô-la vào năm 1901. Đây là thương vụ kinh doanh có giá trị lớn nhất nước Mỹ thời bấy giờ.

Tử Huyệt Cảm Xúc của bạn là gì? Làm sao mà nó có quyền năng vô song đến như thế? Và làm thế nào để bạn biến nó trở thành một thứ vũ khi lợi hại, giúp bạn đạt được hạnh phúc và mọi thành công mình mong muốn trong cuộc sống?

Mọi câu trả lời bạn cần đều có trong cuốn sách "*Tử Huyệt Cảm Xúc – Nghệ thuật Thôi Miên Bất Kỳ Ai chỉ bằng Lời Nói*" này.

Hãy đọc quyển sách ngay bây giờ, và tôi tin chắc rằng, bạn sẽ ngộ ra con đường thành công cho chính mình sau khi đọc nó!

Phan Nguyễn Khánh Đan

Gửi đến Plum và Elsa…và hàng nghìn người đã lĩnh hội được Thuật Thôi Miên Cảm Xúc…cũng như hàng triệu người đang rất cần đến nó.

Lời Mở Đầu

Cuốn sách này là kết quả hơn mười bảy năm nghiên cứu tiên phong của tôi về lĩnh vực giao tiếp giữa con người với con người.

Trong suốt khoảng thời gian đó, đã có hàng trăm khách hàng tìm gặp tôi, nhờ tôi tư vấn giải quyết những vấn đề cá nhân của họ. Từ những buổi trò chuyện, những cuộc điện thoại, thư từ và các cuộc hẹn, cho đến những chương trình truyền hình, các buổi thuyết giảng và giao lưu với công chúng, tôi được tiếp xúc với hàng nghìn những con người với những thái độ, cảm nhận, và những vấn đề muôn hình vạn trạng.

Đó đều là những vấn đề không ổn trong giao tiếp giữa người với người. Tất cả chúng ta đều ám chỉ sự hiện diện vô cùng quan trọng của những mô thức giao tiếp chuẩn mực hoặc những "nhân tố gây chú ý" có khả năng khơi gợi mọi cuộc giao tiếp, dù là chuyện trò cá nhân hay diễn thuyết trước đám đông.

Từ đó, tôi đã xây dựng, không ngừng thử nghiệm và phát triển một kĩ thuật giao tiếp luôn luôn hiệu quả và dễ áp dụng cho tất cả mọi người.

Tính đến nay, hơn 26.000 người đã được tôi hướng dẫn cách sử dụng kĩ thuật này- vâng, chỉ một kỹ thuật mà thôi – trong mọi tình huống ứng xử và giao tiếp ở nhà, trong công sở, trong hôn nhân, trong nghề nghiệp và trong các mối quan hệ với những người xung quanh. Kỹ thuật này có thể phát huy hiệu quả cả trong những sự kiện tương tác với đám đông, quần chúng lẫn nhưng " nhỏ to tâm sự" riêng tư nhất giữa hai người thân mật.

Tôi đang nói đến Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Thôi Miên Cảm Xúc là gì? Đó là năng lực xui khiến người khác và làm cho họ phải lắng nghe điều bạn nói.

Kỹ năng này có thể trở thành vốn liếng hoặc vũ khí lợi hại nhất của bạn – là chiếc chìa khóa tối thượng để bạn hoàn thiện tính cách bản thân, trở thành bậc thầy thuyết phục và hạnh phúc hơn trong cuộc sống. Tuy nhiên, để sở hữu được kỷ năng tuyệt vời này, bạn cần phải học cách hiểu và kiểm soát được chính bản thân mình cũng như những phản ứng của người khác đối với mình để có thể phát ra những ngôn từ hoặc cách ứng xử tối ưu nhất.

Theo thời gian, những phản ứng cảm xúc này càng lúc càng trở thành một phần quan trọng trong tính cách, sức khỏe, năng lực, hình ảnh bên ngoài và sự thành đạt của bản thân bạn.

Quyển sách " Tử Huyệt Cảm Xúc – nghệ thuật Thôi Miên Bất Kỳ Ai chỉ bằng lời nói" này chứa đựng hàng trăm ví dụ Tử cuộc sống hàng ngày của chính chúng ta, để chứng minh cho bạn thấy tầm quan trọng của sự thôi miên cảm xúc cũng như hiệu quả vô song của kỹ thuật này trong việc đạt được những kết quả bạn mong muốn.

Thuật thôi miên cảm xúc sẽ hướng dẫn cho bạn những bí kíp để:

Khiến cho mọi người phải lắng nghe mình

Khiến cho mọi người phải dỏng tai lên nghe mình một cách tự nguyện và chăm chú, đây hẳn là một quyền năng mà tất cả chúng ta đều mơ ước có được. Bạn không cần phải sở hữu duyên ăn nói trời phú để làm được diều này, tất cả những gì bạn cần là khả năng nói chuyện một cách bình thường với mọi người – nghĩa là bất kỳ ai cũng có thể làm được. Chỉ cần bạn có

thể nói ra những thông điệp của mình bằng thuật thôi miên cảm xúc, mọi người sẽ lắng nghe câu chuyện của bạn ngay lập tức.

Sở hữu phong thái của người thành công

Phong thái bên ngoài của một người thực chất là phản ánh tính cách và bản chất của người đó. Ngoại hình cũng như ứng xử bên ngoài của bạn cũng là một thông điệp giao tiếp. Khi người đối diện không chịu trả lời câu hỏi của bạn hoặc vô cớ gây sự với bạn, những cảm giác khó chịu và tức tối sẽ được nhen nhóm trong con người bạn. Tuy nhiên, với thuật thôi miên cảm xúc, bạn sẽ khám phá được tim đen của bất kỳ ai bạn giao tiếp. Khi đó, bạn sẽ chỉ biết cách biến hóa những ngôn từ và hành động của mình sao cho phù hợp hơn với đối phương, khiến họ tự nguyện hồi đáp theo cách mà bạn muốn. Những hành vi ứng xử này chính là một phần thông số phản ánh cảm xúc của bạn và chúng để dành cho bạn. Một khi bạn rèn giũa được tinh thần khỏe khoắn hơn, trí lực tốt hơn và một phong thái dễ thành công hơn.

Hiểu được chính mình

Để hiểu được chính mình, bạn phải biết đâu là những tác nhân khiến cho mình phản ứng hoặc cư xử theo một cách nhất định. Thuật thôi miên cảm xúc sẽ giúp bạn nhìn thấy được chính mình thông qua tấm gương ban sơ nhất được làm nên từ những cảm xúc thật bên trong con người bạn. Từ đó, bạn sẽ khám phá được điểm yếu lớn nhất của mình về mặt cảm xúc và trả lời được mọi câu hỏi "tại sao" liên quan đến những hành vi hàng ngày của chính bản thân bạn. Bạn sẽ học được cách kiểm soát những nỗi sợ hãi, lo lắng và giận dữ, thay thế chúng bằng tính cách tươi mới và tích cực hơn giúp bạn gây được ấn tượng tốt đẹp với mọi người xung quanh.

Không còn phải lo lắng về vấn đề tiền nong

Một người nọ có một sự nghiệp lẫy lừng nhưng gia đình anh ta không hạnh phúc và chung quanh anh ta không có lấy một mối quan hệ đáng tin cậy; theo bạn, đó có phải là một người thành đạt đúng nghĩa? Thành công về mặt tiền tài ít khi song hành với sự chín chắn về mặt tính cách và con người; điều trớ trêu là rất nhiều người trong chúng ta lại lo lắng về tiền bạc nhiều hơn bất cứ thứ gì khác trong cuộc sống. Trong chương Năm, tôi sẽ trình bày cho bạn về bản chất thực sự của Tiền Bạc với tư cách là một trong bộ tứ tử huyệt cảm xúc có thể khiến cho bản thân bạn cũng như đối phương phải lao đao. Bạn sẽ đươc biết đến hai suy nghĩ giúp bạn đập tan mọi lo âu về tiền bạc cũng như lý do hết sức thú vị vì sao cách tốt nhất để trở nên giàu có chính là…tiêu tiền. Bạn sẽ ngộ ra rằng, nếu những thành tựu về mặt tài chính của bạn không song hành với thành công về mặt cảm xúc, bạn sẽ chẳng có gì ngoài sự bất hạnh!

Được mọi người chú ý và công nhận

Đã là con người thì gần như ai cũng khao khát được mọt người công nhận tài năng hoặc thực lực của mình, nhưng rất ít người trong chúng ta đạt được sự công nhận như mong muốn. Chương Bảy sẽ giải thích cho bạn hiểu vì sao sự công nhận- hay danh tiếng – vừa là ngòi nổ chết người trong giao tiếp, vừa là động cơ cực mạnh của sự thành công và thành đạt. Điều đó hấp dẫn hơn nữa là, chương sách này sẽ chứng minh cho bạn thấy rằng việc thấu hiểu và ứng dụng thành thạo kỳ năng thôi miên cảm xúc trong giao tiếp sẽ giúp bạn đạt được sự thành công nhưn mình hằng mong ước

Có được một công việc tốt và một tương lai xán lạn hơn

Việc học Đại học hay học nghề của bạn sẽ trở nên vô dụng nếu bạn không được dạy cách giao tiếp và thể hiện những gì mình học. Để người khác tiếp thu được những gì bạn làm hay trình bày cho họ, bạn phải chạm vào được trái tim họ! Làm việc cũng chính là giao tiếp. Bạn giao tiếp càng hiệu quả, công việc của bạn càng dễ thở và đạt hiệu suất cao hơn. Chương Mười Ba sẽ giúp bạn giao tiếp hiệu quả hơn để thành công trong công việc, trong nghề nghiệp cũng như trong kinh doanh nhờ vào thuật thôi miên cảm xúc . Chương này bao gồm những ý tưởng hữu ích giúp bạn xây dựng một tương lai tốt đẹp cho bản thân, chẳng hạn 5 lời khuyên giúp bạn phỏng vấn xin việc thành công mà bạn có thể ứng dụng để có một công việc như ý hoặc để đạt được vị trí cao hơn trong công việc hiện tại.

Có một tình yêu lí tưởng

Bản chất của tình yêu – dù là trước hay sau kết hôn – chính là giao tiếp. Bất kỳ người phụ nữ nào trên quả đất này – dù xinh đẹp hay không xinh đẹp – đều có thể tìm được nửa kia đích thực nếu cô ấy gặp đúng người và sử dụng thuật thôi miên cảm xúc đúng cách trong ngôn từ và ứng xử của mình. Trong chương Sáu và nhiều nội dung khác của quyển sách, bạn sẽ khám phá ra rằng Tình yêu chính là một trong những tử huyệt cảm xúc lợi hại nhất, và quyền năng của nó vượt trên cả những khát khao về mặt thể xác hay tình dục để giúp cho cả đàn ông lẫn phụ nữ được hạnh phúc trong hôn nhân. Hơn nữa, chương sáu cũng là nơi bạn sẽ thấy những bí kíp giúp bạn có được tình yêu như bạn hằng mong muốn.

Hạnh phúc hơn trong hôn nhân

Điều lạ lùng là rất nhiều người không tin tưởng vào hôn nhân hạnh phúc. Một phần ba các cuộc hôn nhân ngày nay kết thúc ở bản án ly dị

hoặc ly thân, và con số những nguoiwg bất hạnh trong hôn nhân tăng cao đến mức không thể đếm được. Lý do chia tay thì muôn hình vạn trạng, từ sự không hòa hợp trong đời sống tình dục đến chuyện tiền nong, dạy dỗ con cái, niềm tin, khắc khẩu, mâu thuẫn mẹ chồng nàng dâu và nhiều cơ sự trời ơi đất hỡi khác. Tại sao cứ kết hôn sớm muộn gì cũng ly dị? nguyên nhân số một của mọi cuộc hôn nhân thất bại chỉ đơn giản vì hai vợ chồng không biết cách giao tiếp với nhau! Giao tiếp hiệu quả chính là chiếc chìa khóa của hôn nhân lâu bền. Không có nghệ thuật thôi miên cảm xúc, hôn nhân trục trặc hay đổ vỡ là chuyện khó tránh khỏi. Vợ chồng cần phải thấu hiểu những cảm nhận của nhau! Bạn muốn có một cuộc hôn nhân hạnh phúc dài lâu ư? Chương Mười Hai trong quyển sách này của tôi sẽ giúp bạn chứa mọi câu trả lời bạn cần. Chương này sẽ diễn giải cho bạn thấy tầm quan trọng của việc thấu hiểu cảm nhận đối phương, từ đó cung cấp cho bạn những bí quyết hiệu quả để nêm nếm sự thôi miên cảm xúc trong cuộc sống lứa đôi, khiến cho mối quan hệ càng lúc càng trở nên mặn mà và khăng khít đối với cả vợ lẫn chông.

Khiến cho cả thế giới phải yêu mến bạn

Một người tuy bình thường nhưng được mọi người xung quanh nhớ đến, tôn trọng và yêu quý hẳn là vẫn hạnh phúc hơn nhiều so với một người thành đạt nhưng cô độc, chẳng có một mối quan hệ thân tình bên cạnh mình. Làm thế nào để mọi người nhớ mặt thuộc tên, tôn trọng và quý mến bạn? Câu trả lời tùy thuộc vào khả năng thôi miên cảm xúc trong từng lời ăn tiếng nói và cách ứng xử của bạn trong giao tiếp với mọi người xung quanh! Liệu bạn có thể định hướng và kiểm soát được những hành vi ứng xử của mình? Được chứ! Trong suốt cuốn sách này,mà trọng tâm là chương bảy và chương mười một, tôi sẽ chia sẻ cho bạn rất nhiều ví dụ để

tạo ra hiêu ứng thôi miên cảm xúc kể cả khi bạn lắng nghe! Chương mười một sẽ giúp bạn vén tấm màn về bí mật cảm xúc đằng sau vẻ bề ngoài của con người và sự vật sự việc, tiết lộ cho bạn cách làm thế nào để tiên đoán chính xác loại câu chuyện mà đối phương muốn nghe từ bạn. Chương sách này cũng hướng dẫn cho bạn bốn cách thôi miên cảm xúc người nghe trong mọi điều kiện bạn nói và ba kỹ thuật giao tiếp đỉnh cao giúp bạn luôn được mọi người nhớ đến, tôn trọng và quý mến.

Thôi miên cảm xúc bằng giọng nói

Giọng nói của bạn là một nhạc cụ đầy mê hoặc. Khi nhạc cụ đó cất tiếng, người nghe có thể thấy vui, buồn bã, hoặc thậm chí.. buồn ngủ! Hầu hết chất giọng tự nhiên của chúng ta thường không ngọt ngào như chúng ta tưởng, chúng thường quá cao, hoặc quá trầm. Hiệu quả Thôi miên cảm xúc của giọng nói không nằm ở những gì bạn nói mà là cách bạn nói chúng như thế nào! Không cần biết chất giọng của bạn thuộc loại nào, Chương mười bốn sẽ giúp bạn vận dụng kỹ thuật thôi miên cảm xúc để có được một giọng nói quyến rũ hơn thông qua việc chuyển hóa ba ý tưởng thành hành động. Chương sách này sẽ chỉ cho bạn cách luyện giọng với công cụ " Hộp điều khiển giọng nói". Bạn chỉ cần bỏ ra năm phút luyện giọng nhưng hiệu quả suốt đời. Chương này cũng đồng thời đề xuất cho bạn nhiều thủ thuật cải thiện và nâng cao chất lượng giọng nói để tạo hiệu ứng thôi miên cảm xúc nhằm thành công trong việc gay sự chú ý và duy trì sự chú ý của người nghe.

Làm chủ mọi cảm xúc tiêu cực

Những nỗi sợ hãi, lo lắng và các cơn nóng giận có đủ kiểu để hành hạ chúng ta. Chúng là những xúc cảm rất cá nhân và riêng tư vỗn dĩ đã trở

thành một phần tính cách của chúng ta. Điều đáng chú ý là, những cảm xúc không mấy hay ho này cũng được phản ánh và biểu hiện ra bên ngoài trong quá trình giao tiếp của mỗi người! Chương Tám có tiêu đề là " Tống khứ mọi nỗi lo lắng, sợ hãi và muộn phiền của bạn bằng thuật thôi miên cảm xúc". Chương sách này tiết lộ những gì sẽ xảy đến với bạn nếu bạn cứ chăm chăm chăm hoặc luẩn quẩn với những cảm xúc tiêu cực đó. Chương này thể hiện những nội dung quan trọng bậc nhất về khái niệm thôi miên cảm xúc, chỉ cho bạn thấy rằng chúng ta rất dễ sa đà vào những cảm xúc khó chịu bất thường hoặc những chứng bệnh liên quan đến cảm xúc chỉ vì mỗi tội giao tiếp tồi. Chương sách cũng sẽ đè xuất cho bạn ba nguyên tắc then chốt giúp bạn thành công trong công việc kiểm soát những nỗi lo lắng, sợ hãi và những cơn giận khó ưa của mình.

Viên mãn trong tình dục

Hầu hết những mâu thuẫn xung đột trong cuộc sống lứa đôi đều bắt nguồn từ cảm xúc, chứ không phải thể xác nhưn chúng ta thường lầm tưởng. Những sở thích hay hành vi tình dục của một người thực chất chính là sự phản ánh những cảm xúc bên trong của người đó. Do vậy, một đời sống tình dục viên mãn chỉ có thể đạt được khi vợ chồng có thể giao tiếp với nhau một cách thuận hòa! Chương mười hai chia sẻ một bí quyết giúp bạn cởi bỏ mọi rào cản tinh thần để thể hiện được những sự hồi đáp và hài lòng với đối phương vào thời khắc thích hợp nhất. Với kỹ thuật thôi miên cảm xúc và những nội dung được tình bày trong chương này, các dôi vợ chồng sẽ đạt được đời sống tình dục viên mãn và tận hưởng những khoái cảm một cách trọn vẹn nhất.

Giành phần thắng trong các cuộc tranh luận

Bạn thường xuyên rơi vào những tình huống tranh cãi với những người xung quanh? Cẩn thận đấy! Nếu bạn không điều tiết những phản ứng cảm xúc cứng nhắc của mình, bạn có nhiều nguy cơ tự rước họa vào thân trong mọi việc, kể cả những việc " nhỏ như con thỏ" như cầm búa đóng đinh, trò chuyện, ăn uống và lái xe ô tô. Tội gì bạn lại để cho những cảm xúc khó chịu đó làm tổn hại đến tinh thần và sức khỏe của mình như thế? Chương Mười sẽ hé lộ cho bạn Tám chủ đề tranh cãi mà bạn có thắng đi chăng nữa cũng chẳng được lợi lộc gì về mặt cảm xúc. Chương sách này sẽ đề xuất cho bạn một phương pháp một-hai-ba đơn giản giúp bạn giành phần thắng trong mọi cuộc tranh luận, dù bạn có hay không có thành kiến với đối phương hay chủ đề tranh luận!Trong chương mười, bạn sẽ được học cách ứng dụng kỹ thuật thôi miên cảm xúc để nhanh chóng nhận ra những cái bẫy giao tiếp cần tránh, kiểm soát bản thân mình khi phải đối diện với những kẻ vừa khiến mình khó chịu cũng như những gì bạn cần làm sau tranh cãi. Chỉ cần vận dụng những kiến thức được trình bày trong chương sách này cộng với nhiều nội dung khác của quyển sách, bạn sẽ được sở hữu một bộ bí kíp đỉnh cao, luôn trong tư thế sẵn sàng giúp bạn giành phần thắng trong mọi cuộc tranh luận và dàn xếp ổn thỏa những tranh cãi không đáng có, Đồng thời, bộ bí kíp này cũng sẽ giúp bạn trở nên khéo léo hơn trong giao tiếp ứng xử hàng ngày.

Cải thiện mối quan hệ với gia đình và con cái

Mỗi khi giao tiếp với người thân, gai đình hoặc con cái, chúng ta thường có thói quen hành xử và sử dụng ngôn từ thẳng thắn và trực diện, khiến người kia có thể mỉm cười hoặc chau mày, sợ hãi, khao khát, cay cú hoặc ghi hận, thờ ơ, đồng tình hoặc tức giận. Trong các mối quan hệ gia đình hoặc có tính chất thân thuộc, việc giao tiếp thường rất thân mật và

người nói thường thể hiện cảm xúc ra mặt. Những biểu cảm rõ ràng đó có tác dụng ngụy trang những cảm nhận bên trong chúng ta. Một khi thành thạo ký thuật thôi miên thôi miên cảm xúc, bạn có thể dễ dàng đọc được những cảm xúc khác nhau của một người thông qua biểu hiện bên ngoài của họ, biết cách xuyên thủng những lợp snguyj trang, để từ đó thấu hiểu hơn về con cái cũng như mọi người ttrong gia đình – hoặc bất kỳ người nào bạn quen!

Biết cách thư giãn sao cho hiệu quả

Sức khỏe tốt, lối sống lành mạnh và dịch vụ chăm sóc y tế tốt không thể tách rời nhau. Tuy nhiên, nếu bạn không biết thư giãn đúng cách, bạn khó lòng có sức khỏe tốt. Vì sao ư? Bỏi vì thư giãn khi và chỉ khi bạn giao tiếp được với chính mình! Bạn có muốn trở thành một ông bố bè mẹ tốt hơn, một người bạn tuyệt vời hơn hay một người yêu lý tưởng hơn? Bạn có mong muốn mình sẽ say giấc và ngủ ngon hơn vào mỗi đêm ko? Bạn muốn mình có thể nghỉ ngơi sau mỗi lúc làm việc căng thẳng? Bạn muốn cải thiện các mối quan hệ cá nhân, gia đình và công việc xung quanh mình? Ký thuật thư giãn bằng thôi miên cảm xúc của chúng tôi sẽ giúp bạn làm được tất cả những việc đó. Bạn sẽ được tìm hiểu về kỹ thuật này trong chương mười lăm, và rồi bạn sẽ hào hứng khi khám phá ra hiệu quả thần kì của nó. Bạn sẽ nhận ra rằng, chỉ cần biết cách thư giãn hiệu quả về mặt cảm xúc, bạn sẽ gặt hái được vô số kết quả tốt đẹp trong công việc cũng như trong cuộc sống hàng ngày.

Xây dựng một phong cách cá nhân " Không Đụng Hàng"

Chín mươi chín phần trăm nhân loại chẳng được ai nhớ mặt hay nhận ra chỉ vì chúng ta quá giống nhau, từ cách ăn nói, ứng xử cho đến hình thức

bên ngoài và khẩu vị. Bạn có gì khác biệt so với mọi người nào? Bạn có một cá tính hay một phong cách cá nhân nào đặc biệt nổi trội, giúp bạn bật lên giữa đám dông? Với kỹ thuật Thôi miên cảm xúc, bạn hoàn toàn có thể phát huy những vốn liếng quý giá này để làm cho tính cách bạn hoàn thiện và nổi bật hơn. Nửa sau của chương sáu, "Vận dụng tử huyệt tình yêu trong đối nhân xử thế" chia sẻ cho bạn rất nhiều cách hay và hiệu quả để vượt ra khỏi những thói quen nhàm chán lặp đi lặp lại hàng ngày nhằm trở lên khác biệt và cuốn hút mọi người xung quanh. Những chương khác của quyển sách cũng sẽ thường xuyên đề cập đến trải nghiệm mới – một yếu tố thôi miên cảm xúc mà con người muôn đời luôn khao khát, tìm kiếm và hi vọng. Cuốn sách này sẽ chỉ cho bạn cách làm thế nào để vận dụng trải nghiệm mới nhằm hoàn thiện bản than, phát triển những cá tính riêng và xây dựng cho mình một phong cách cá nhân độc đáo " không đụng hàng"!

Làm chủ mọi tình huống

Hầu như tất cả chúng ta đều mong muốn mình có thể kiểm soát mọi tình huống trong cuộc sống, và tôi xin chia sẻ với bạn rằng: Bạn chỉ làm được điều đó khi và chỉ khi lời nói hoặc hành động của bạn khiến cho người khác phải lắng nghe. Những câu hỏi được thốt lên đúng lúc kèm với sự hấp dẫn về mặt cảm xúc sẽ khiến người đối diện phải lắng nghe ngay lập tức. Họ có thể sẽ hồi đáp bạn bằng nhiều cách, chẳng hạn như yêu cầu, kiểm soát, định hướng, trì hoãn, lúng túng, nhận thức, câu giờ, bảo vệ bản thân và tài sản, và thậm chí thay đổi ý định. Chương chin của cuốn sách này sẽ miêu tả, minh họa và chỉ ra cho bạn những lợi ích vô giá mà bạn sẽ nhận được một khi bạn học được cách đặt những câu hỏi thôi miên cảm xúc đối với người nghe trong mọi cuộc giao tiếp. Bạn sẽ được khám phá những cách thức để gia tang sức thuyết phục trong ngôn từ và hành động

của mình, hiểu được tác dụng của những thông tin hiển nhiên cũng như vì sao đặt câu hỏi là một cách để bạn gia tang sự tự tin trong giao tiếp. Bạn cũng sẽ được tiếp cận với sáu nguyên tắc để làm chủ mọi tình huống và khiến cho mọi người luôn phải đồng tình với bạn.

Ứng xử hiệu quả với người " Khó tính"

Ở đây tôi định nghĩa người khó tính là những người mà lời nó và hành động của họ không đồng điệu về mặt cảm xúc với những cảm nhận của bạn. Với thuật thôi mien cảm xúc, bạn có thể làm cho họ hòa đồng và gắn kết với mình hơn! Bạn càng đọc và tiếp thu Tử huyệt cảm xúc, bạn càng rèn giũa cho mình tư duy quan sát và khả năng nhận diện nhân tố thôi mien cảm xúc mạnh nhất trong mỗi con người. Một khi bạn nhận ra nó, bạn có thể dễ dàng thu phục và "xui khiến" được bất kì ai, kể cả những người khó tính nhất.

Bảo vệ bản thân và tài sản cá nhân

Tôi không biết nhiều người trong chúng ta từng vướng vào vòng lao lý, và ngay cả những hành động được xem là " phạm tội" cũng muôn hình vạn trạng. Những hành vi xấu xa hoặc vi phạm pháp luật thực chất chỉ là lớp vỏ ngụy trang của những nỗi sợ hãi và khao khát trong phạm vi bốn tử huyệt cảm xúc tồn tại trong mọi con người bất kể xấu tốt, sẽ được trình bày trong bảy chương đầu cuốn sách này. Những kẻ tội phạm chỉ khác chúng ta ở chỗ họ giải phóng những nỗi sợ hãi hay khao khát bên trong họ bằng ngôn từ chợ búa, hành vi phạm pháp, sung ống và thủ đoạn. Số lượng người phạm pháp do các vấn đề về tâm thần chiếm rất ít. Điều này có nghĩa là hầu hết tội phạm cũng chỉ là những con người bình thường như chúng ta, nghĩa là chúng ta hoàn toàn có thể dùng giao tiếp để chạm đến từ huyệt

cảm xúc của họ mà không gây nguy hiểm cho chính chúng ta – kể cả trong lúc tội phạm đang thực hiện hành vi phạm pháp! Trong suốt quyển sách này, đặc biệt là các chương nói về những nguyên tắc đặt câu hỏi thôi miên cảm xúc, bạn sẽ thích thú khi ngộ ra rằng sự thôi miên cảm xúc đã luôn gắn bó mật thiết với mọi điều liên quan đến cuộc sống của chúng ta như thế nào. Và bạn sẽ thấy mình hoàn toàn có thể ứng dụng thôi mien cảm xúc như một thứ vũ khí hiệu nghiệm để bảo vệ bản thân và tài sản khỏi những tình huống nguy hiểm mỗi khi cần.

Biết cách làm việc nhóm hiệu quả

Một nhóm làm việc gồm các thành viên xuất thân từ các dân tộc, các nền văn hóa, vùng miền, chủng tộc, quan điểm chính trị và tôn giáo khác nhau không tránh khỏi những xung đột và mâu thuẫn. Mà nguyên nhân chủ yếu của những mâu thuẫn chính là do giao tiếp ko hiệu quả - thái độ không chịu hòa hợp và thấu hiểu những cảm nhận và khác biệt của đối phương. Việc giải quyết những mâu thuẫn trong làm việc nhóm đòi hỏi kĩ năng lãnh đạo, khả năng sử dụng ngôn ngữ và hành động mang tính cảm xúc sao cho đánh động được các thành viên, khiến họ phải lắng nghe và có thể giao tiếp đối mặt với nhau. Giao tiếp mặt đối mặt là nhân tố sống còn của truyền thông đại chúng, và thuật thôi mien cảm xúc sẽ giúp bạn giảng hòa được mâu thuẫn và gắn kết mối quan hệ giữa mọi người với nhau trong mọi trường hợp.

Hoàn thiện tính cách và trở thành Bậc Thầy Thuyết phục

Tính cách của bạn thực chất là kết quả của sự phản ứng của người khác đối với những ngôn từ và hành xử của chính bạn. Người khác chấp nhận và và chào đón sự thôi miên cảm xúc đó từ bạn, thế là nó trở thành

tính cách của bạn! Do vậy, việc làm cho tính cách của mình trở nên tốt đẹp và hoàn thiện hơn là một điều bạn hoàn toàn có thể luyện tập. Chương mười lăm chắt lọc cho bạn mười hai phương pháp hiệu quả và chắc cú giúp bạn tiến bộ hơn trong giao tiếp. Chúng sẽ hướng dẫn bạn cách giao tiếp với cảm xúc của chính mình một cách thành thạo, làm mới kĩ năng thôi mien cảm xúc của bản thân, hoàn thiện tính cách và làm chủ nghệ thuật thuyết phục đỉnh cao.

Cuốn sách "Tử huyệt cảm xúc nghệ thuật thôi mien bất kỳ ai chỉ bằng lời nói" sẽ giúp bạn đạt được tất cả những mục tiêu hấp dẫn trên như ý bạn muốn một cách hoàn toàn chủ động chứ không phụ thuộc vào may mắn hay hên xui.

Trong cuộc sống hàng ngày, dù tất cả chúng ta đều ý thức được tầm quan trọng của giao tiếp hiệu quả, song phần lớn chúng ta vẫn vô tình làm cho việc giao tiếp trở nên phức tạp hơn thay vì làm cho nó thành công hơn. Không có nhiều nghiên cứu khoa học tập trung vào vấn đề hoàn thiện kĩ năng truyền đạt cảm xúc và thông điệp từ người này sang người kia một cách hiệu quả.

Trong khi đó, thực tế đã cho thấy việc ứng dụng và thành thạo thuật thôi miên cảm xúc trở nên quan trọng như thế nào đối với khả năng thành công của mỗi người.

Thuật thôi miên cảm xúc được trình bày xuyên suốt quyển sách này sẽ cung cấp cho bạn mọi câu trả lời về bản chất thực sự của giao tiếp thành công. Bạn sẽ nhận ra rằng, thành công không đồng nghĩa với sự khái quát hóa hay những việc chung chung, mà nó yêu cầu bạn phải biết cách phận định và cụ thể hóa những hoạt động và ngôn ngữ giao tiếp cuả mình.

Trong số những con người tuyệt vời đã công nhận và góp phần giúp phát triển kỹ huật thôi miên cảm xúc, tôi xin gửi lời cảm ơn đặc biệt đến tiến sĩ Mozell C. Hill, Giáo sư khoa Giáo Dục, Trường sư phạm thuộc đại học Columbia vì những lời động viên và sự hỗ trợ hết mình của ông đã giúp tôi hoàn thành quyển sách này. Ông từng nói rằng: "Thuật thôi miên cảm xúc giúp làm sáng tỏ một vấn đề quan trọng mà trước giờ chúng ta luôn mơ hồ: bản chất của những cảm xúc và cách thức làm thế nào để kiểm soát chúng hiệu quả".

Bất kể bạn là ai, bao nhiêu tuổi, nam hay nữ, hay làm nghề gì, bạn hoàn toàn có thể và luôn cần phải hoàn hiện mình về mặt cảm xúc để thành công hơn trong cuộc sống.

Hãy vận dụng thuật thôi miên cảm xúc trong giao tiếp hàng ngày của mình. Rồi bạn sẽ gặt hái vô số thành công ngoài mong đợi!

Chương 1

Thôi Miên Cảm Xúc – Bí Mật của Mọi Mối Quan Hệ Thành Công

Chỉ mới cách đây vài phút thôi, trong khi bạn mở quyển sách này, hẳn là bạnđang suy nghĩ đến vấn đề nào khác, đúng chứ?

Vậy thì ngay bây giờ, bạn đang nghĩ gì nào? Ý tôi là ngay tại giây phút này!

Thôi nào. Bạn nên thành thật với bản thân mình. Hãy làm ơn ngừng đọc và trả lời câu hỏi của tôi. Một cách trung thực.

Hẳn là bạn đang bận suy nghĩ về một vấn đề nào khác trước khi đọc đến câu hỏi của tôi phải chứ? Chính xác là thế! Luôn có điều gì đó tung hoành trong đầu chúng ta, từng giây từng phút một!

Tôi thường đặt câu hỏi, "Bạn đang nghĩ về điều gì?" như một cách để bắt đầu bài giảng của mình trong các khóa huấn luyện, các buổi họp nhóm và trò chuyện cá nhân. Và các câu trả lời tôi nhận được thì muôn hình vạn trạng, nhưng điều thú vị nhất chính là phần lớn chúng chả liên quan gì đến chủ đề buổi học ngày hôm đó cả!

Trong một lớp học ca tối ở thành phố New York, một nữ họ viên tóc hung hung cao ráo đã trả lời câu hỏi đó như sau: " Tôi đang nghĩ đến cái đèn phòng ngủ ở nhà". Khi tôi hỏi vì sao, chị ta nói tiếp: " cái đèn đó đang chiếm trọn đầu óc tôi đến nỗi tôi không thể tập trung nghe bài giảng của thầy được. Thầy thấy đó, tôi đi tàu điện ngầm đến đây, và khi nhìn thấy cửa tàu điện đóng lại, tôi mới sực nhớ ra là mình chưa tắt đèn ngủ trước khi đi. Ông xã tôi kĩ tính và tiết kiệm lắm. Ông mà về nhà thấy cái đèn bật sáng choang trong khi tôi đang đi vắng thế này, ông sẽ nổi trận lôi đình mất!"

Một học viên nam mặc com-lê xanh chỉnh tề trả lời rằng: "Sếp tôi muốn tôi phải làm xong một bản báo cáo quan trọng trước bốn giờ chiều ngày mai. Tôi đang không biết làm thế nào để hoàn thành nó kịp thời hạn đây!" Một phụ nữ chừng năm mươi tuổi có vẻ ngoài tròn trịa thì trả lời

rằng: “ Hôm qua tôi có mua một chiếc đầm dạ hội màu xanh lá cây rất đẹp để mặc cho buổi tiệc quan trọng tối nay. Tôi hy vọng là nó không quá chật!”

Một phụ nữ khác chừng ba mươi tuổi chưa chồng thì không giấu nổi sự lúng túng. Cô trả lời một cách thành thật rằng cô đang nghĩ về cú điện thoại của một bà dì vào tối hôm trước. “Dì ấy muốn làm mai cho tôi với ông hàng xóm của dì ấy.”

Một quý ông tóc hoa râm và có giọng nói trầm thì trả lời với vẻ lo lắng rằng: “ Tôi sắp đi gặp một anh bạn cũ; anh ta nợ tôi bốn mươi đô-la đã hơn một năm mà vẫn chưa trả. Tôi không biết nên nhắc khéo anh ta thế nào sao cho không phải mất lòng nhau!” Trong một buổi học khác, một anh chàng trẻ tuổi tóc hoe, vai ngang và đến từ miền nam đã trả lời tôi rằng: “ Ngồi trong này ngột ngạt quá. Tôi đang nghĩ lẽ ra mình nên rời khỏi đây để đi hẹn hò với cô nàng xinh đẹp mà tôi vừa gặp hôm qua, như thế sẽ thú vị hơn nhiều.”

Nhiều năm đã trôi qua, tôi đã nghe hằng hà cơ số câu trả lời như thế cho câu hỏi “ Bạn đang nghĩ về điều gì ngay lúc này?” từ các học viên của mình. Và bạn có ngạc nhiên không khi phần lớn những câu trả lời chẳng ăn nhập gì đến bối cảnh lúc đó, hay chủ đề, hay bài giảng mà tôi sắp trình bày cho họ?

Không. Chả có gì đáng ngạc nhiên cả.

Về cơ bản, tất cả chúng ta bất kể già trẻ gái trai, đều không ngừng suy nghĩ miên man về đủ thứ chuyện trên đời trong cuộc sống hàng ngày: từ những mối quan tâm, thái độ và nhu cầu cá nhân cho đến những nỗi lo

lắng, thú vui, hy vọng, nỗi sợ những mong muốn và hồi ức khác nhau của mỗi người. Còn với những khoảng thời gian còn lại trong ngày, tâm trí chúng ta thường trong trạng thái trống rỗng hoặc mù mờ nhằm mục đích làm dịu cảm xúc.

Những điều trên cho thấy mọi người hoàn toàn có thể lắng nghe bạn, vấn đề chỉ là họ không thích mà thôi.

Hẳn là bạn đã từng ít nhiều trải nghiệm tình huống đại loại thế này: Một người nọ nói với bạn rằng, " Tôi đã bảo anh phải làm như thế này kia mà. Bộ anh không nhớ à?" Và bạn trả lời, "Thực lòng là tôi không nhớ mình đã nghe anh nói như thế!"

Người kia nói thật và bạn cũng chẳng nói dối. Vấn đề chỉ đơn giản là: bạn đã không nghe người kia nói gì vì lúc đó, tâm trí bạn đang bận rộn với mớ bòng bong những mối lo toan khác. Vì vậy mà bạn đã không nhớ gì cả.

Bạn bắt đầu lo lắng ư? Không cần phải thế.

Việc kiểm soát những phản ứng của bản thân sao cho người khác phải lắng nghe và thuận theo những ngôn từ và hành động của bạn trong mọi hoàn cảnh cũng là một nghệ thuật cần phải được học hỏi và rèn luyện chứ không tự nhiên mà có.

Vì sao ư?

Vì khả năng làm cho người khác phải lắng nghe bạn có thể trở thành vốn quý một thứ vũ khí lợi hại giúp bạn gặt hái thành công và làm được mọi điều mình muốn trong cuộc sống.

Kỹ năng này giúp bạn cải thiện và nâng tầm phong thái, tính cách và quyền uy của bản thân trong các cuộc giao tiếp và thuyết phục. Mức độ thành công của bạn trong cuộc sống, trong các mối quan hệ cá nhân trong công sở cũng như trong sự nghiệp – thậm chí trong cả sức khỏe của bạn – phụ thuộc vào khả năng vận dụng và phát huy nghệ thuật này của bạn trong mọi hoàn cảnh như thế nào.

Kỹ năng làm cho người khác phải lắng nghe mình sẽ giúp bạn dễ dàng thành công trong mọi việc, hạnh phúc trong tình yêu-hôn nhân và hình thành một thái độ sống tích cực.

Một khi thành thạo nghệ thuật này, bạn cũng sẽ dễ được thăng tiến, biết cách gia tăng doanh thu cho công ty và thu nhập cho bản thân. Mọi người sẽ yêu quý bạn, còn bạn sẽ có một cuộc sống thoải mái và thú vị hơn.

Làm thế nào để bạn làm chủ được kĩ năng tuyệt diệu này?

Bạn có thể làm được điều đó ngay bây giờ!

Bạn nên bắt đầu từ đâu?

Hãy nhớ, đầu óc của tất cả chúng ta luôn bận rộn với những mối bận tâm khác nhau, và chúng là những "ông ba bị" đáng ghét đang kìm hãm cuộc sống và thành công của chúng ta.

Vì sao chúng ta thất bại trong giao tiếp?

Trong giao tiếp hàng ngày của con người, cứ 100 từ được thốt lên thì 99 từ không được lắng nghe…mặc dù khả năng đọc của mọi người đều bình thường và như nhau.

Liệu đối phương có thực sự lắng nghe khi chúng ta đang nói?

Thông thường thì đối phương sẽ nhìn thẳng vào mắt chúng ta để nghe chúng ta nói – nhưng chúng ta chẳng thể nào biết được họ đang nghĩ gì trong đầu. Họ chỉ cần vô tình hoặc cố tình nghĩ đến dù chỉ là một mối bận tâm nào khác ngoài những gì chúng ta nói, tình trạng đàn gảy tai trâu là khó tránh khỏi.

Khả năng xuyên thủng hàng rào Những mối bận tâm để thâm nhập tâm trí của bất kì ai chính là quyền năng vô song mà chúng ta có thể và nên sở hữu để thành công trong cuộc sống.

Một khi chúng ta biết cách thâm nhập được vào tâm trí của mọi người, chúng ta sẽ giao tiếp hiệu quả hơn, kinh doanh thành công hơn, yêu đời hơn, hạn chế được nguy cơ tự tử của bản thân và người khác, đánh bại được kẻ cướp, làm cho người khác phải phá lên cười trước mọi câu chuyện tếu lâm mình kể, làm cho khán giả phải vỗ tay trước màn trình diễn của mình, tận hưởng hạnh phúc trong tình yêu và xử lý được mọi phản ứng yêu-ghét của dư luận.

Cách duy nhất để vận dụng hành động hoặc ngôn từ nhằm phá vỡ hàng rào Những mối bận tâm của bất kì ai trong bất kỳ tình huống nào chính là sử dụng thuật thôi miên cảm xúc.

Thôi Miên Cảm Xúc là gì?

Thôi miên cảm xúc là khả năng thúc đẩy và xui khiến người khác phải lắng nghe mình.

Giao tiếp bằng thuật thôi miên cảm xúc chính là chiếc chìa khóa tối thượng của bạn để thành công!

Ngày hôm đó, tôi là một trong những hành khách đầu tiên của một chiếc xe buýt chạy vào giờ cao điểm. bác tài xế Tom nhận ra tôi.

"Lại thêm một đêm tôi thở dài ngao ngán vì không biết làm thế nào để yêu cầu hành khách dạt ra hai bên rìa xe buýt và chừa lối đi ở giữa cho người mới lên xe" – bác Tom chán nản – " Tôi đã thuyết phục họ đến khản cổ suốt hơn mười lăm năm lái xe nhưng chẳng ai nghe!"

Nghe đến đây, tôi cười thầm trong bụng, đề nghị bác tài xế đăng kí một khóa huấn luyện thôi miên cảm xúc cho tôi đứng lớp.

Một tuần sau đó, chính tôi cũng phải ngạc nhiên trước sự tiến bộ của bác Tom trong việc lĩnh hội thuật thôi miên cảm xúc mà tôi giảng dạy.

Bác Tom là học viên có thái độ học tập nghiêm túc nhất trong khóa học. Bác không chỉ áp dụng thuật thôi miên cảm xúc trong công việc, trong cuộc sống hàng ngày và các mối quan hệ, mà còn sử dụng thành thạo kỹ thuật này trong những tình huống khó khăn hoặc nan giải.

Hai tháng trôi qua. Trong một buổi tối nọ, tôi lại có cơ hội được ngồi chiếc xe buýt của bác Tom.

"Muốn biết tôi làm thế nào để khiến bà con phải dạt ra hai bên rìa xe chứ?" – bác cười khi nhìn thấy tôi.

Hiển nhiên là tôi muốn biết.

Với một nụ cười ấm áp, bác Tom nói lời chào một cách thân thiện và niềm nở với mọi hành khách lên xe.

Và trong khi hành khách cứ mải mê lấp đầy khoang trước và lối đi giữa của xe buýt vì những mối bận tâm xa xăm trong đầu họ, bác tài xế quay đầu lại. Bằng một giọng nói trầm ấm, bác yêu cầu hành khách:

“ Hai bên rìa xe buýt còn rất nhiều chỗ trống, mọi người hãy ngồi ở đó cho thoải mái nhé, những người bạn của tôi!”

Các hành khách đều nghe thấy và di chuyển ngay lập tức!

Là con người, chúng ta giao tiếp với nhau bằng ngôn từ và hành động.

Khi được lồng ghép trong ngôn từ hoặc hành động của chúng ta, thuật thôi miên cảm xúc có thể làm nên nhiều điều kì diệu. Nó có thể dẫn đến một cuộc hôn nhan hạnh phúc, hàn gắn một mối quan hệ đổ vỡ, khởi đầu một chiến dịch bán hàng hiệu quả, bắt đầu một cuộc tranh luận bổ ích, hoặc giúp bác tài xử lí thành công một vấn đề nan giải!

Quyền năng vô song của bạn

Bettty sở hữ đôi mắt long lanh, gương mặt xinh đẹp, thân hình hấp dẫn như hoa hậu và một ông bố giàu sụ. Cô ấy cùng bốn người bạn gái khác của mình đang thi nhau xem ai sẽ cưa đổ được anh chàng nọ tên Jim. Cả Betty lẫn bốn cô nàng còn lại đều tham gia cuộc thi này với thái độ nghiêm túc và sự nỗ lực thật sự.

Ấy vậy mà cuối cùng Jim chọn kết hôn với Ophelia, cô nàng học kém nhất, ngực phẳng nhất, đi dép thấp nhất và gia cảnh khiêm tốn nhất.

Cả Betty và mấy cô nàng kia đều khóc thét lên sững sờ: “ Cô ta có gì hay ho hơn bọn tôi?”

Các cô gái tội nghiệp không nhận ra rằng một gương mặt đẹp hay một thân hình bốc lửa đúng là có thể thu hút cánh mày râu ngay từ cái nhìn đầu tiên, nhưng việc anh ta có sóng đôi cùng bạn hay không lại phụ thuộc vào khả năng thôi miên cảm xúc của những cuộc nói chuyện và hành động sau đó. Để có thể nên vợ nên chồng, đàn ông và phụ nữ phải giao tiếp được với nhau. Những gì nàng nói với chàng và những gì chàng tỉ tê với nàng – kết hợp với những hành động và phản hồi cảm xúc thích hợp – mới chính là điều kiện tiên quyết dẫn đến quyết định kết hôn giữa hai người.

Ophelia có quyền không xinh đẹp, không thông minh và không có " nhà mặt phố, bố làm to", vì những điều đó chẳng cần thiết.

Bí kíp chiến thắng của cô ấy chính là thuật thôi miên cảm xúc: cô ấy thâm nhập được vào tâm trí không ngừng bận rộn của Jim. Cô ấy không chỉ nói cho Jim biết những điều mà mình muốn nói, mà cô còn chia sẻ với anh những điều anh muốn nghe. Bằng cách làm cho Jim muốn lắng nghe mình, cô đã dần dần khiến anh muốn quan tâm chăm sóc…cho chính cô ấy. Jim thậm chí còn phóng về nhà hét to đầy tự hào rằng: " Mẹ ơi, Ophelia thật khác biệt so với những cô gái khác!"

Betty, Ophelia và ba cô gái kia đều tham gia một cuộc thi. Nhưng hãy nhớ, mọi cuộc thi thố trong cuộc sống này – đặc biệt là trong hôn nhân đại sự - đều có chung một đích đến duy nhất là thâm nhập thành công vào tâm trí con người!

Sự nghiệp, kinh doanh, dịch vụ và các vấn đề của con người cũng tương tự. Để trở thành người chiến thắng, bạn cần trang bị cho mình một quyền năng vô song – chính là thuật thôi miên cảm xúc của bạn – để bắn

phá những mối bận tâm trong tâm trí mọi người nhằm gây dựng lợi thế cạnh tranh.

Đó chính là bí kíp để đắc nhân tâm và thu phục lòng người, mà việc Ophelia "cưa đổ" được Jim là một ví dụ.

Thi thoảng trong cuộc sống, bạn có thể bắt gặp những đối tượng khó chinh phục – những người có đầu óc Bận Rộn đến nỗi việc phá tan những mối lo toan của họ gần như là điệp vụ bất khả thi. Kỳ thực, với thuật thôi miên cảm xúc, không gì là không thể.

Có một người phụ nữ chừng 45 tuổi diện quần áo trông rất thời trang đang trèo lên thành một cây cầu với ý định tự tử. Chỉ trong chốc lát, cảnh sát và hàng trăm người hiếu kỳ bao vây khu vực quanh cầu. Suốt hai mươi phút căng thẳng, viên cảnh sát cùng những người dân xung quanh liên tục gào thét :" Đừng nhảy!"

Nhưng người phụ nữ nọ vẫn đứng trên thành cầu khóc lóc và kêu than rằng mình bị chồng bỏ và lũ trẻ không còn nghe lời cô nữa. Cô không còn gì để mất.

Cô ấy cởi áo khoác và chuẩn bị nhảy. Khi đó, viên cảnh sát nọ bỗng dưng yêu cầu đám đông yên lặng. Ông lấy tay bịt mồm bịt mũi mình và nói với người phụ nữ đó:" Bà muốn nhảy thì cứ việc. Nhưng tôi nói trước là ở dưới đó nướ sông hôi hám bẩn thỉu lẫm đó!"

Ngay sau câu nói ấy của viên cảnh sát, người phụ nữ bất ngờ ngoan ngoãn bước xuống và chạy đến viên cảnh sát. Cụm từ " nước sông hôi hám bẩn thỉu" đã phát huy tác dụng.

Những cụm từ đơn giản đó có quyền năng gì mà lại đánh bại được hàng trăm lời cầu khẩn gào thét của các cảnh sát và đám đông trong việc thuyết phục người phụ nữ ấy không tự tử nữa? Câu trả lơi: Chúng có khả năng thôi miên cảm xúc đối với bà ta. Chúng khiến bà ta lắng nghe. Và khi bà ấy lắng nghe, nghĩa là chúng ta đã vượt qua được những mối bận tâm khác trong tâm trí người phụ nữ ấy khiến bà ta đổi ý!

Vậy thì cụm từ " nước dưới sông hôi hám bẩn thỉu" đó có thể tác dụng với một người đàn ông hay một người phụ nữ khác trong một tình huống khác tương tự hay không? "Có" hoặc "Không" – câu trả lời tùy thuộc vào mô thức cảm xúc của người trong cuộc.

Mỗi người trong chúng ta sở hữu mô thức cảm xúc với độ mãnh liệt khác nhau. Tuy nhiên, khi phân nhóm các mô thức cảm xúc này, chúng ta sẽ có được những phản ứng gần như công thức đối với sự thôi miên cảm xúc nhất định. Thôi miên cảm xúc có quyền năng vô song trong việc thu hút sự chú ý và khiến cho người trong cuộc thay đổi quyết định, nên nó có thể được áp dụng trong bất kì hoàn cảnh, tình huống, sản phẩm, hay dịch vụ nào; khi đó, phản ứng được tạo ra gần như ngay lập tức.

Thậm chí, sự ngay lập tức này mang tính sống còn.

Vào nửa đêm mùa đông nọ, đó là lần đầu tiên mà cặp vợ chồng trẻ kia gây gổ đến mức độ trầm trọng. Anh chồng không chịu phụ vợ rửa bát đĩa, trong khi cô vợ liên tục thúc ép anh ta phải làm.Sau vài lời qua tiếng lại, họ bắt đầu la hét, mắng chửi và đe dọa nhau, thậm chí đập bàn đập ghế loạn xạ trong nhà. Tiếng ồn không chỉ bất ngờ đánh thức đứa con tám tháng tuổi của hai người đang say giấc ở phòng bên, mà còn đánh động cả hàng xóm

xung quanh trong tòa nhà chung cư, khiến một người trong số họ gọi điện báo cảnh sát. Cô vợ ra mở cửa và để cho cảnh sát vào nhà.

Mấy người hàng xóm cũng hiếu kì kéo đến xem vụ việc. Thấy cảnh sát và đám đông ập đến, người chồng bắt đầu hoảng sợ. Anh ta phóng vào phòng ngủ của con và bế xốc đứa bé bằng một tay. Trước mặt đám đông, anh ta từng bước di chuyển về phía sau và dùng tay còn lại để mở cửa sổ.

Khi cánh cửa sổ được kéo lên và gió lùa vào, anh ta cảnh báo đám đông, " Nếu các người tiến thêm một bước, tôi sẽ ném đứa bé này ra cửa sổ!"

Cảnh sát và đám đông biết rằng anh ta sẽ làm thật. Họ dừng bước.

Người vợ lo sợ tột độ. Đôi mắt cô chăm chú nhìn đứa bé bỏng như thể muốn trổ ra khỏi đầu.

Đúng lúc ấy, một bé trai chừng 12 tuổi bất ngờ bước vào hiện trường và nói rằng, " Chú ném con mình qua cửa sổ đã là độc ác lắm rồi, chú định để mặc em bé bị cảm lạnh nữa sao?" anh chồng bỗng rơm rớm nước mắt nhìn con mình. Sau đó anh ta đóng cửa sổ, giao lại đứa bé cho cô vợ và cúi đầu nhận lỗi. Trong trường hợp này, hình ảnh em bé sơ sinh bị cảm lạnh gây ra một phản ứng xúc cảm nơi người cha, khiến anh ta dừng ngay hành động đang làm.

Nhờ vậy mà một vụ xung đột nan giải đã được giả quyết êm thấm!

Chuyện xảy ra có phải do hai vợ chồng có vấn đề về tâm lý hoặc tâm thần không? Không hề. Họ chỉ đang bực dọc, bị điều khiển bởi những cảm xúc tiêu cực. Nguyên nhân của mâu thuẫn là do họ đã phản ứng một cách

quá cảm tính và bản năng đối với những kích thích đến từ lời nói và hành động của người kia.

Mâu thuẫn tương tự hoàn toàn có thể xảy ra với bạn hay tôi – nếu chúng ta không làm chủ cảm xúc và để sự bực dọc lấn lướt.

Hãy nhớ: Cứ mỗi ngày hay mỗi giờ trôi qua, tất cả chúng ta đều và đang thực hiện vô số những phản ứng xúc cảm khác nhau để phản hồi những lời nói và hành động của người khác. Nhiều người trong chúng ta chỉ đơn giản là không kiểm soát được giới hạn của những cuộc cãi vã xung đột với những ai khiêu khích mình, khiến cho mâu thuẫn chẳng những không được hòa giải mà còn trở nên trầm trọng hơn.

Khoảng 97% trong số chúng ta có một cuộc sống tương đối " bình lặng" do không phải rơi vào những tình huống căng thẳng gây kích thích cảm xúc. Một người bình thường vốn quen chăn ấm nệm êm như thế nếu rơi vào những tình huống ngàn cân treo sợi tóc, chẳng hạn như bị dồn đến đường cùng đến mức tự tử, túng quá làm liều, hoặc các tệ nạn xã hội, người đó sẽ rất dễ tổn thương và trượt dài theo những cái bẫy đó. Khi mà những hoàn cảnh, số phận hoặc thời điểm trùng hợp ngẫu nhiên đó hợp lực với nhau để kích thích cảm xúc của một người đến mức báo động, nạn nhân sẽ buộc lòng có những phản ứng nhất định mang tính cảm xúc và bản năng đối phó hoặc tự vệ.

Bạn nghĩ lại xem, có bao nhiêu lần trong ngày mà chúng ta gặp gỡ nhau – dù vô tình hay hữu ý, ở trường hay trên xe buýt, giờ làm việc hay giờ giải lao – mà không có một tí phản ứng hay ấn tượng gì? Và trong một khoảnh khắc bất chợt, một tình huống ngoài dự kiến và khơi dậy ấn tượng trong bạn: một nụ cười của ai đó, sự nhất trí hoặc phê bình của đồng

nghiệp, hoặc một cái nhíu mày của cấp trên. Ngay cả những phản ứng xúc cảm nhỏ nhoi thế thôi cũng đủ sức khiến bạn yêu thương thân thiện hay ác cảm với một người nào đó.

Cuộc sống có rất nhiều trường hợp mà trong đó, một anh chàng và cô nàng quen biết nhau, chơi thân với nhau Tử nhỏ đến lớn suốt nhiều năm trời nhưng chưa bao giờ có suy nghĩ rằng mình sẽ nên vợ nên chồng. Vậy mà, chỉ trong một khoảnh khắc bất chợt nào đó, người này vô tình nói với người kia một câu nhận xét mà người kia chết mê chết mệt. Ping! Lần đầu tiên trong đời họ chạm được vào trái tim của nhau và thế là tèng téng teng – tình yêu bắt đầu nảy nở.

Những anh chàng và cô nàng đó là ai vậy?họ chỉ là những con người rất bình thường… là những sinh vật muôn đời chịu sự chi phối của cảm xúc và bản năng. Nhưng nếu các bạn cảm xúc bị kích thích vượt quá giới hạn an toàn…họ có thể dần dần hình thành những phản ứng tiêu cực chẳng hạn như tự tử - gioongs như người phụ nữ trên thành cầu nọ, hoặc dọa ném con ra cửa sổ - như anh chồng trong ví dụ tôi vừa chia sẻ ở trên.

Và những điều đó hoàn toàn có thể xảy đến với bạn.

Đây chính là lí do vì sao việc học cách kiểm soát, hiểu thấu những động cơ và phản ứng xúc cảm của chính mình quan trọng đến dường nào. Đây cũng chính là lí do vì sao quyền năng làm chủ cảm xúc – của chính bạn cũng như người khác – chính là chiếc chìa khóa quyết định sự thành công và hạnh phúc của mỗi người. Và cuối cùng, nó là lý do vì sao mà thuật thôi miên cảm xúc cần phải được giảng dạy, ứng dụng và chia sẻ cho càng nhiều người càng tốt.

Trong một mối quan hệ bất kỳ, dù là giữa vợ chồng với nhau, giữa người bán hàng và khách mua hàng, giữa bác sĩ và bệnh nhân, giữa mẹ và con, thôi miên cảm xúc hiện hữ ở mọi tình huống.

Mẹ của bé Sue 5 tuổi đang rất cáu. Chẳng là cô bé vừa nghịch phá đến nỗi làm vỡ một chiếc lọ hoa màu xanh ngọc đắt tiền. " Con có biết là cái bình hoa đó bằng mấy chục tháng tiền lương của ba mẹ ko?" – bà mẹ bắt đâu fđay nghiến. " Không được lại gần đó." – bà ấy chống tay lên hông. "Sue, đi mở ngăn kéo lấy cho mẹ cái thắt lưng của ba con. Mẹ phải đánh đòn con thì con mới chừa." – bà mẹ quát mắng. " Mẹ sẽ làm mông con sưng đỏ càng lâu càng tốt, để Tử rày về sau con phải luôn nhớ lời mẹ và không được làm vỡ đồ đạc trong nhà nữa. Đi mau. Lấy cho mẹ cái thắt lưng!"

Cô bé hoảng dợ chạy đi.

Lát sau, Sue trở lại với một cây búa.

"Mẹ ơi" – cô bé khóc – " Mẹ có thể đánh con bằng cái này được không?"

Bà mẹ nhìn cây búa và nhìn vào đôi mắt của đứa con gái bé bỏng rồi ngoảnh mặt đi. Người phụ nữ ấy nghẹn ngào giọng nói: " Sue, về phòng đi con và nhớ đừng làm vỡ đồ đạc nữa nhé!"

Hình ảnh cây búa đã khơi gợi lại phản ứng xúc cảm nơi người mẹ, khiến bà cảm thấy có lỗi vì ý định đánh con mình bằng thắt lưng dù hành động đó chưa xảy ra.

Một tình huống nhỏ nhưng đủ sức thay đổi trạng thái cảm xúc của bà mẹ chỉ trong phút chốc!

Kinh doanh bán hàng cũng là những tình huống giao tiếp tương tự. Không cảm xúc, miễn bán buôn!

Bốn cửa hàng nội y trong cùng một dãy phố đều bày bán những chiếc áo ngủ có kiểu dáng tương tự nhau. Một trong số bốn cửa hàng trưng bày hai bộ áo ngủ với giá mỗi áo là “3,95$ - giá gốc 5$”. Mặc dù cửa hàng này có vị trí, địa thế thuận lợi nhất trong bốn cửa hàng và người qua lại đều nhìn thấy hai chiếc áo ngủ đó, nhưng suốt hơn ba tuần vẫn không thấy ai mua. Chủ cửa hàng quyết định thực hiện một chút thay đổi. Thay vì để lại giá gốc như trước, thẻ ghi giá trên mỗi áo chỉ ghi độc một con số “3,95$”. Ngoài ra, hai chiếc áo còn được trưng bày kèn với hai bảng chú thích nhỏ: một chiếc áo “ Dành cho Thiên Thần” và chiếc còn lại “ Dành cho Kẻ Tội Nhân”.

Chỉ trong vòng ba ngày, cả hai dòng áo ngủ đó được bán sạch, đến nỗi chủ cửa hàng phải đặt thêm mới có đủ áo để bán. Gần như mọi khách hàng bước chân vào cửa hàng đều mua một trong hai chiếc áo đó – hoặc cả hai – vì không muốn người bán hàng đoán già đoán non mình là “Thiên Thần” hay “Kẻ Tội Nhân”.

Con người thích mua sắm nhưng lại ghét bị dụ dỗ chèo kéo, nên bạn có hàng tá cơ hội để áp dụng thuật thôi miên cảm xúc hiệu quả nhất chính là tên của bạn!

Một bà nội trợ tìm kiếm dịch vụ bọc nệm ghế sofa vì muốn thay lại toàn bộ bọc ghế trong nhà. Cô tham khảo rất nhiều mẩu quảng cáo và danh bạ điện thoại. Có hơn mười nhà cung cấp dịch vụ bọc nệm ghế đã liên lạc với cô. Cả mười hãng đua ra giá cả dịch vụ, chất liệu vải bọc và tiện ích vận chuyển tương đương nhau. Bà nội trợ nọ cũng có đủ danh thiếp của cả

mười nhà cung cấp dịch vụ. Nhưng một danh thiếp trong số đó đã gây ấn tượng đặc biệt với cô:" Danh thiếp này sẽ giúp cô nhớ đến tôi – và nó sẽ khiến cô phá lên cười! Cô thấy đó, tên tôi là 'Wolf'. Wolf chỉ là tên, chứ không phải bản chất của tôi!" Đúng thật là cả hai vợ chồng bà nội trợ nọ đều cười toe toét khi đọc tấm danh thiếp này.

Vài ngày sau, trong khi cô vợ vẫn còn đắn đo suy nghĩ xem mình nên chọn nhà cung cấp nào, cô nhớ ngay đến 'Wolf' và gọi anh ta. Anh chàng này đã thành công trong việc xuyên thủng những mối bận tâm khác của bà nội trợ nọ, khiến cô chú ý và nhớ đến mình trong tâm trí.

Wolf đã bán hàng thành công… đến nỗi chồng cô đó cũng phải nhớ đến tên anh!

Ngôn từ là những đứa trẻ tinh nghịch và khôn ngoan. Ngay khi chúng vừa rời khỏi mồm miệng chúng ta, chúng đứng qua một bên để xem những gì diễn ra tiếp theo. Chúng không bao giờ ra về tay không, vì chắc chắn sẽ luôn có một điều gì đó xảy ra với một ai đó sau khi lời nói được thốt ra. Ai đó trong trường hợp này chính là Người Nghe, tức đối phương hay đối tượng giao tiếp của chúng ta. Người này hoặc sẽ tiếp tục lo ra và không chú ý vì ngôn từ chúng ta thiếu sức hút, hoặc sẽ chăm chăm lắng nghe chúng ta đến Từng câu Từng chữ nếu như sự thôi miên cảm xúc trong ngôn từ của chúng ta quá mạnh mẽ và đầy thuyết phục!

Một anh chàng nọ bay Tử Philadelphia đến West Coast trong một chuyến công tác. Trong lịch trình của mình, anh ta dành nửa ngày ghé qua Las Vegas, Nevada để được tham quan sòng bạc và để có dịp về nhà " chém gió" với bạn bè người thân mình vừa được đi đánh bạc ở khu phố ăn

chơi nổi tiếng đất nước Mỹ. Vì quỹ công tác có hạn, nên anh ta tự quy định với mình rằng chỉ được đánh bạc mười đo-la mà thôi.

Tại sòng bạc Las Vegas, anh đổi một tờ tiền năm đô-la của mình thành năm đồng bạc. Anh đặt năm đồng bạc vào tay phải, và mười lăm đồng bạc vào tay trái. Anh tham gia vào một bàn chơi bài, trong đầu tự nhắc nhở mình không được cược quá năm đô-la kiểu " được ăn cả, ngã về không!" Để chắc chắn rằng mình sẽ không vung tay quá trán, anh bỏ hết mười lăm đồng bạc tương đương mười lăm đô-la vào túi áo.

Người chia bài là một phụ nữ trung niên có nhiệm vụ coi sóc Tử sáu đến bảy tay chơi. Nhìn thấy anh chàng người Philadenphia nọ đang bước đến, bà ấy nhanh nhảu đáp:" lại đậy tham gia nào anh bạn. Chào mừng tay chơi cự phách của chuáng ta ngày hôm nay!" Câu nói đơn giản đó làm anh chàng nọ thấy khí thế quá, đút tay vào túi áo lôi toàn bộ số tiền mình đang có ra bàn đặt cược. Anh ta đã vét sạch hai mươi đô-la để chơi bài chỉ vì một câu chào mới.

Và anh ta mất sạch.

Tính chất thôi miên cảm xúc trong lời nói của người phụ nữ đã mạnh hơn và đánh bại khả năng cưỡng lại sức cám dỗ Tử trò chơi của anh ta!

Không còn gì nghi ngờ nữa!

Trong Từng giây, Từng phút, Từng giờ trôi qua, tất cả mọi người đều Bận Rộn trong tâm trí. Dù họ đang đói hay đang khát, vui hay buồn, đam mê hay hoảng sợ, bạn vẫn phải luôn nỗ lực để làm họ nghe mình kể cả khi họ nói họ vẫn đang nghe bạn.

Ngay cả người bạn thân nhất của bạn cũng không ngoại lệ. Anh ta hoặc cô ta vẫn có thể nhìn bạn đắm đuối trong khi tâm hồn họ đang bay bướm ở một nới nào đó cách xa nghìn dặm.

Nếu anh ta hoặc cô ta bất chợt yêu cầu bạn " Im lặng nào", đừng nổi nóng. Thậm chí bạn nên cảm ơn bạn mình. Đó là một lời khuyên đúng đắn!

Bạn đang nói chuyện nhưng anh ta hoặc cô ta không thực sự lắng nghe, thế thì im lặng há chẳng tốt hơn sao?

Tuy nhiên, bạn hoàn toàn có thể làm cho mọi người phải lắng nghe mình, một cách nhanh chóng và dễ dàng nhờ lồng ghép sự thôi miên cảm xúc trong lời nói của mình.

Dù bạn đang nói, đang bán hàng, biểu diễn hay đang viết, hãy luôn ghi nhớ trong đầu bạn rằng tất cả mọi người luôn bận rộn trong tâm trí của họ. Để khiến họ lắng nghe hoặc phản hồi, bạn phải làm sao phá vỡ được Những Mối Bận Tâm trong đầu họ bằng một nhân tố thôi miên cảm xúc phù hợp.

Bất kể bạn là ai, làm nghề gì, sống ở đâu, " quyền năng lắng nghe" trong giao tiếp chính là chiếc chìa khóa đầu tiên bạn phải có để giải phóng được tính cách, kỹ năng thuyết phục và phong thái hấp dẫn của mình.

Con người phải giao tiếp để sống. Và giao tiếp được thực hiện bằng ngôn từ và hành động.

Động cơ đằng sau những ngôn từ và hành động đó quyết định kết quả xấu hoặc tốt, quyết định ai là bạn và ai là thù, người yêu hay dĩ vãng, một phi vụ bán hàng thành công hay một cú lỗ nặng. Đây chính là nguyên lý tối thượng của giao tiếp: Việc đầu tiên và trước nhất bạn phải làm với đối

phương hay người nghe chính là phá vỡ được những mối bận tâm và thâm nhập vào tâm trí họ, Từ việc tạo ấn tượng tốt, thôi miên, thuyết phục, ghi nhớ, dạy dôc khuyên nhủ, tạo sức ảnh hưởng và chỉ đạo họ.

Đó cũng chính là cách mà người khác dùng để gây ấn tượng, thôi miên, thuyết phục, ghi nhớ, dạy dỗ khuyên nhủ, tạo sức ảnh hưởng và chỉ đạo chúng ta!

Eva dụ dôc Adam bằng lời ngon tiếng ngọt, khiến chàng không thể cưỡng lại và ăn trái cấm. Cuộc sống ngày nay đầy rẫy những phiên bản khác nhau của Eva, Adam và trái cấm. Nhưng điều duy nhất không đổi vẫn là sức mạnh của sự thôi miên cảm xúc. Nó vẫn là lý do vì sao mọi người muốn lắng nghe bạn, bất kể bạn nói chuyện gì Từ trên trời dưới đất, về những trái táo, tôn giáo, bóng chày cho đến bọn buôn lậu ớt Jamaica.

Muốn làm tổn thương ai đo ư? Dễ lắm, bạn chẳng cần phải nhọc công kiếm một cái dùi cui hay một cái chùy nặng nề để làm điều đó. Chỉ cần nói với người đó vài lời có chứa một hay vài yếu tố phản thôi miên cảm xúc. Rồi những lời nói tiêu cực đó sẽ xuyên thủng mọi mối bận tâm trong đầu họ, thâm nhập vào tâm trí họ rồi yên vị ở đó. Và bạn sẽ thấy, chẳng có thứ thần dược nào có thể chữa lành những tổn thương tinh thần đó cả.

Mặt khác, điều tôi muốn nói ở đây là: Đắc nhân tâm là chuyện không tưởng nếu không có thôi miên cảm xúc.

Chỉ cần biết cách giao tiếp bằng thôi miên cảm xúc, bạn sẽ thành công lớn trong mọi việc!

Chứ không như gia đình nhà Smith dưới đây.

Bà Smith nói với chồng: " Cưng ơi, khi nào anh ra cửa hàng, tiện thể mua cho em một cân bơ". Ông Smith ra cửa hàng mua thuốc lá và trở về nhà mà không có bơ. Bà Smith nổi giận: " Sao anh chẳng bao giờ nghe lời em vậy!" bà ấy bắt đầu ca cẩm.

" Anh có nghe em dặn gì đâu?" Ông Smith trả lời.

Chỉ có thế mà hai vợ chồng đã to tiếng với nhau. Ngày hôm đó, mấy đứa trẻ nhà Smith phải chịu trận suốt bữa ăn. Nguyên một buổi tối gia đình quây quần đầm ấm đã bị phá hủy chỉ vì một cân bơ.

Ít người nhận ra rằng ngôn từ chính là nguồn cơn của mọi mối quan hệ thất bại và gia đình tan vỡ Các luật sư và chuyên gia hòa giải đều đồng ý rằng phần lớn các cặp vợ chồng chia tay nhau đều vì những lí do rất nhỏ nhặt cỏn con.

Kỳ thực, những " chuyện cỏn con" là biểu hiện của một vấn đề nghiêm trọng hơn: thất bại trong việc giao tiếp với nhau bằng thôi miên cảm xúc. Thay vì làm chủ cảm xúc, người trong cuộc trở thành nô lệ cho cảm xúc và vô tình đẩy mâu thuẫn vượt quá giới hạn cho phép!

Có phải ông Smith bị điếc nên mới không nghe bà Smith nói? Không hề.

Giọng bà Smith có vấn đề nên ông Smith không nghe thấy? Không phải.

Vậy thì tại sao sự giao tiếp giữa họ lại thất bại?

Lý do: ông Smith đang bận rộn trong tâm trí. Bà thì cứ nói, nhưng ông thì cứ ko nghe. Bà vợ đã không làm gì để đánh động tâm trí bận rộn của ông chồng trước khi đưa ra yêu cầu.

Thú vị nhỉ? Hai người họ đã đầu gối tay ấp với nhau 12 năm; trước đó, bà đã hẹn hò với ông không dưới 4 năm. Mười sáu năm làm bạn gái và bạn đời chồng mình, bà ấy vẫn không biết gì về chồng mình ư?

Đến nỗi không biết làm thế nào để hấp dẫn cảm xúc của chồng, thúc giục ông ấy mua chỉ một cân bơ ở ngay cái cửa hàng mà ông ta ghé mua thuốc lá.

Còn ông Smith thì sao?

Ông còn kém giao tiếp hơn cả vợ.

Cũng như nhiều người khác, ông ấy có mắt như mù, có tai như điếc.

Tâm trí của ông ấy quá bận rộn.

Và bạn cũng vậy.

Hãy nhớ, ngôn từ có cảm xúc!

Mọi Từ ngữ đều có cảm xúc.

Chúng được sử dụng với con người – cũng chính là những sinh vật có cảm xúc – và tự chúng cũng có khả năng gây phản ứng.

Khi hàng xóm của bạn bình phẩm rằng, " Con gái anh là một đứa trẻ ngoan – nhưng không được sáng dạ cho lắm", câu nói đó hẳn là sẽ khiến bạn chú ý ngay lập tức. Câu nói xấc xược khiến bạn bực tức. Bạn cảm thấy đau đớn kể cả khi gã hàng xóm thực sự nói đúng.

Nếu một người quan sát bạn và phán to lên rằng bạn “ là đồ keo kiệt bủn xỉn”, chắc mẩm là bạn không vui tí nào bất kể câu nhận xét đó đúng hay sai.

Tương tự, bạn cũng sẽ có những phản ứng xúc cảm nhất định khi người khác nói điều gì tốt đẹp về bạn, chẳng hạn như “ bạn trông rất khỏe khoắn”, hoặc “ bạn rất xinh đẹp”, hoặc “bạn trông trẻ hơn mười tuổi!”

Những phản ứng đó thuộc về mô thức cảm xúc của bạn, và chúng xuất hiện kể cả trong những tình huống nguy hiểm. Bạn đang đi bộ băng qua đường thì một chiếc xe tải nhào đến bạn. Bạn thấy nguy hiểm đang cận kề, và thế là bạn phản ứng bằng cách nhảy ra khỏi hướng di chuyển của xe tải. Chứ nếu bạn nhìn thấy chiếc xe tải còn xa với một khoảng cách an toàn, hẳn là bạn đã thong dong đi bộ tiếp.

Lần nữa, phản ứng xúc cảm là một quá trình hai chiều, liên quan đến bạn lẫn tài xế xe tải! Khi tình huống nguy hiểm xảy ra, những động cơ và phản ứng xúc cảm sẽ được kích thích và khơi dậy ở cả hai người.

Giả sử bạn đang được bác sĩ khám bệnh. Bác sĩ muốn kiểm tra khả năng phản xạ của bạn, nên yêu cầu bạn ngồi bắt chéo chân. Rồi ông ta lấy một cây búa y khoa gõ vào đầu gối bạn? Ông ta thực hiện mọt cú gõ chính xác, và bạn phản xạ ngay lập tức bằng một cú đá chân. Nếu bác sĩ gõ nhầm vị trí thì sao? Sẽ không có phản xạ, hoặc bạn sẽ rất đau.

Ngôn từ và lời nói cũng gây ra hiệu ứng tương tự. Một số Tử ngữ có thể tác dunjg với những người khác, nhưng chưa chắc đã thuyết phục được bạn bởi mô thức cảm xúc của bạn khác biệt với họ. Nhưng nếu có những

ngôn từ hay lời nói nào đó chạm vào “tim đen” hay những vấn đề nhạy cảm nào đo của bạn, bạn sẽ có phản ứng hoặc tốt hoặc xấu!

Hiển nhiên, lời nói và ngôn từ của bạn cũng có khả năng gây hiêu juwngs tương tự lên những người mà bạn trò chuyện.

Trong một buổi diễn thuyết nọ với khoảng năm trăm khách tham gia gồm cả nam lẫn nữ, chỉ sau mười phút đầu tiên, người diễn giả hào hứng và tập trung vào những gì ông ta nói.

Một người đàn ông điển trai với nước da ngăm đen ngồi ở hàng ghế thứ bảy đặc biệt chăm chú lắng nghe phần trình bày của vị diễn giả. Suốt Tử đầu buổi đến giờ, anh ta gật đầu lia lịa.

Đến một cao trào nọ, người diễn giả bắt đầu cao giọng và nói :”Đừng, đừng bao giờ quên điều tôi vừa nói – Nếu không, hẳn là các anh chị vùi đầu vào cát giống như những gã Ả-Rập lén lút trong bóng đêm…”

“Không!” – lần đầu tiên người khán giả ở hàng ghế số bảy không đồng tình. Vẻ giận duex hiện rõ trên khuôn mặt anh ta:” Tôi không thích câu nói đó của ông. Tôi là một người Ả-Rập!”

Lời nói đó của vị diễn giả voohaij với người khác,nhưng lại động chạm đến anh chàng Ả-Rập này. Sự chú ý bất ngờ chuyển hướng Tử người diễn giả sang vị khách đặc biệt, còn những khán giả còn lại vừa được thưởng thức hiệu ứng mà tôi gọi là quyền năng cảm xúc ngôn từ.

Hẳn là người diễn giả nọ cũng vừa nhận được bài học đáng nhớ!

Và bạn hoàn toàn có thể liên hệ câu chuyện này với những tình huống đơn giản nhất trong cuộc sống.

Bạn đang tản bộ trên đường phố. Bạn nhìn thấy cô bạn Martha đang đi về phía mình. Bạn gọi cô ấy:” Xin chào, Martha!” Martha đáp lại lời chào của bạn, “Xin chào, Gerry!” và tiếp tục đi. Bạn cũng tiếp tục đi đường của mình. Hoạt cảnh kết thúc. Bạn vừa nhận được Tử Martha một phản ứng mà bạn trông đợi.

Giả sử khi bạn nói “Xin chào, Martha!” nhưng Martha không đáp lại, thậm hcis chẳng nhìn ra bạn do tâm trí cô ấy đang bạn suy nghĩ về những vấn đề khác, bạn sẽ phản ứng như thế nào? Hẳn là bạn sẽ dừng lại, nhìn theo sau cô ấy và lầm bầm:” Quái, cái coo Martha này! Cô ta vừa xẹt ngang qua mà không thèm chào một tiếng, trong khi chúng ta đã quen biết nhau hơn mười năm! Kể Tử khi chồng cô ta trúng số mua được chiếu xe Cadillac và hai cái bãi xe rộng thênh thang, cô ta càng lúc càng trở nên khinh khỉnh và chảnh chẹ thế đấy. Hãy đợi đấy, mình sẽ méc lai chuyện này với Helen!”

Bạn thấy nghiêm trọng chứ: chỉ vì Martha quên một câu chào hỏi đơn giản mà cả chồng của Martha, tiền của anh ta, vụ trúng số, hai cái nhà xe và chiếc Cadillac vô tội cũng bị vạ lây. Ngôn từ - và cả sự biến thiếu thốn ngôn từ - là những thực thể có cảm xúc. Và những người sử dụng chúng cũng thế, kể cả khi họ chưa bao giờ quen biết nhau.

Một anh chàng lạ mặt vui tính nào đó bỗng dừng bước trước mặt bạn và tôi và nói:” Xin chào!” Ngay lập tức, chúng ta đáp lại bằng lời chào kèm một nụ cười tương tự. Nhưng một giây sau đó, cả tôi và bạn nhìn nhau chưng hửng:” Có vẻ như gã đó biết chúng ta, nhưng hắn là ai vậy?”

Hoặc chính bạn có thể thử nghiệm trò này, bắt tay một cô nàng lạ mặt bạn thấy trên đường. Cô ấy sẽ không hiểu tại sao bạn lại làm thế. Cô có thể

quay lại ném cho bạn một cái nhìn kì lạ. Cũng có thể cô ấy sẽ bắt tay đáp lại bạn. Anh chàng vui tính kia cũng tương tự!

Một khi tìm hiểu sâu về Thuật thôi miên cảm xúc, bạn sẽ nhận ra rằng cảm xúc của chúng ta luôn phản ứng ở mọi tình huống liên quan đến bản thân chúng ta. Chẳng hạn, trong bất kì tình huống hay hoàn cảnh nào liên quan đến thể diện, sự công nhận(được gọi là tử huyệt danh tiếng trong chương bảy), bạn luôn muốn mình trông thật chỉnh tề và nghiêm túc trước mặt người khác, kể cả khi đó chỉ là một đám đông người dưng nước lã, đúng chứ?

Cách đây vài năm, một người bán hàng có thể dễ dàng gia tăng doanh thu của mình lên, kiếm thêm được vài ngàn đô-la vào thu nhập trung bình của bản thân chỉ nhờ biết bắt tay thân thiện với khách hàng và nở một nụ cười có thể kích thích cảm xúc tích cực của bất kì ai.

Một nhà bán lẻ ti vi và đồ gia dụng nọ đã thành công nhờ câu khẩu hiệu " Nơi bạn có thể mua một cái bắt tay trìu mến". Vào thới bấy giờ, thị trường ti vi và ddienj gia dụng cạnh tranh vô cùng khốc liệt với giá cả các cửa hàng so găng nhau Từng chút một, chính những yếu tố nhân bản như cá tính doanh nghiệp và sự thân thiện sẽ là lợi thế cạnh tranh to lớn giúp doanh nghiệp nổi bật giữa đám đông.

Thời đó, ý tưởng "Cái bắt tay" được ưa chuộng trong mọi mẩu quảng cáo cũng như trong những thiết kế trưng bày của kính tại các cửa hiệu. Bạn có thể nhìn thấy những ý tưởng như "Kế hoạch tín dụng bắt tay" hay "Một cái bắt tay làm nên tất cả" ở khắp nơi, Tử việc mua một cái lò nướng bánh cho đến máy giặt. Nó chính là một yếu tố giúp người tiêu dùng nhớ đến một của hàng và giúp làm nên một cuộc mua bán thành công. Một khi bạn

phá vỡ được những mối bận tâm khác của khách hàng, thâm nhập được vào tâm trí của họ và gây được dự chú ý , mọi cuộc giao tiếp và giao dịch sẽ trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Đây là lý do vì sao kĩ năng sử dụng ngôn từ, hành động một cách thuyết phục và có cá tính rất cần thiết cho những ai muốn trở thành những chuyên gia bán hàng bậc thầy.

Thời đo, tất cả nhân viên bán hàng và cả chủ của hàng đều cần được huấn luyện những kỹ năng trên nếu muốn tối đa hóa doanh thu. Ngay khi khách hàng vừa bước chân vào tiệm, thậm chí ngay từ trước khi anh ta bước qua cửa, người nhân viên bán hàng phải ngay lập tức ra chào, nở một nụ cười và đưa tay phải ra một cách thân thiện để bắt tay khách hàng. Vị khách tiềm năng này – có thể chỉ là một người lạ đến cửa hàng để xem qua các mặt hàng hoặc so sánh giá cả - cũng sẽ bắt tay đáp lại trước sự chủ động của người bán hàng. Ngay khi vị khách chưa kịp lúng túng, người bán hàng tiếp tục nở một nụ cười, chỉ tay về phía biển hiệu và nói một cách lịch sự rằng: "Đây chính là nơi ông có thể mua một cái bắt tay trìu mến".

Khi đó, tâm trí khách hàng đã được thâm nhập thành công, mối liên hệ về mặt cảm xúc đã được thiết lập, một cảm giác thoải mái và ý muốn mua hàng đang dần dần bao trùm lấy vị khách hàng thân yêu của bạn.

Thuật thôi miên cảm xúc không chỉ giúp một cửa hàng gia tăng doanh số mà còn hấp dẫn cả những nhân viên bán hàng của đối thủ nộp đơn xin việc vào đây. Ai cũng có thể cưỡng lại được bầu không khí làm việc thân thiện thoải mái ở đây, khi mà tất cả những gì một nhân viên bán hàng cần làm là cười thật tươi và bắt tay khách hàng với một câu "Xin chào!" thật nồng ấm, đơn giản nhưng vô cùng hiệu quả?

Bản chất của "cảm xúc"

"Cảm xúc" là một trong những Tử ngữ bị hiểu lầm nhiều nhất trong giao tiếp hàng ngày, Trong đàm thoại thông thường cũng như giao tiếp nơi công sở, người ta thường đánh đồng Tử "cảm xúc" với những người có tính cách "nhạy cảm" để phân biệt họ với những người khác có tính cách lí trí hoặc thực tế hơn. Tử "cảm xúc" trong trường hợp này gắn liền với những tính cách khó ưa bốc đồng, dễ nổi nóng, nắng mưa thất thường, nhẹ dạ, hay tiền hậu bất nhất. Nó còn được dùng để chỉ vài người lập dị, hoặc thích mơ mộng "trên chín tầng mây" hoặc có thể im thin thít một cách đáng sợ suốt một thời gian dài. Trong khi thực tế là mỗi một con người trên quả đất này đều sở hữu "cảm xúc", và tất cả chúng ta đều có thể bị thúc giục, quấy rối, hoặc bị kích động về mặt cảm xúc bất kể tính cách chúng ta như thế nào.

Tất cả chúng ta đều phát sinh những "cảm nhận" hay "cảm giác" nhất định trong sinh hoạt và giao tiếp hàng ngày. Có những sự vật, sự việc, những ngôn từ hay hành động cụ thể khiến chúng ta phá lên cười, bật khác, căm ghét, ghi hận, đồng ý cho vay tiền, "cảm nắng" một ai đó, trở nên ghen tuông hoặc tò mò, hoặc châm ngòi cho những cuộc xung đột.

Những "cảm giác" và "cảm nhận" này là kết quả của những kinh nghiệm hoặc trải nghiệm quá khứ của bạn. Chúng khiến bạn luôn luôn bật ra những phản ứng chủ động hoặc bị động trong mọi tình huống của cuộc sống! Còn nếu quá khứ không phải là nguồn cơn những phản ứng xúc cảm của bạn, thì thủ phạm chính là những niềm hy vọng hoặc nỗi sợ hãi về tương lai, được chất chứa trong thái độ sống, những nhu cầu và hoạt động được tổng hòa trong cái tâm trí luôn bận rộn của bạn.

Những đặc điểm kể trên cũng ứng với những bạn bè, người thân, khách hàng, bệnh nhân và tất cả mọi người khác xung quanh bạn.

Trên đời này không có một người bình thường nào lại không có phản ứng xúc cảm trước những lời nói, hành động hoặc tình huống liên quan đến những trải nghiệm quá khứ hay mô thức cảm xúc của họ. Mô thức cảm xúc của mỗi người được thể hiện thông qua các hoạt động giao tiếp hàng ngày. Khi chúng ta phản ứng trước một điều gì đo, điều này đồng nghĩa với việc tâm trí của chúng ta đã bị thâm nhập thành công. Tất cả những hiệu ứng đám đông,hiện tượng xã hội hay truyền thông đai jchungs đều thực chất là kết quả của nhiều phản ứng cảm xúc Tử cá nhận Từng người hợp lại.

Ngay cả cách thức phản ứng của chúng ta phong phú và đa dạng. Chúng ta có thể phản ứng một cách bất ngờ, dịu êm, sợ hãi, chắc chắn, vui vẻ hoặc lý sự…trước những sự vật hay sự việc cụ thể.

Bạn không thể tránh khỏi những phản ứng xúc cảm của chính mình dù bạn đang làm một công việc nhạt nhẽo, đang ở nhà hay ở cơ quan, hoặc đang hẹn hò một ai đó. “Em yêu anh!” bạn thở dài mãn nguyện. “ Và anh cũng yêu em!” người kia đáp lại, “nhưng anh vẫn ước giá như mẹ em không phải là một bà già xấu tính đến thế!”

“Cái gì?” Bạn lên giọng và la lớn dù lúc đo đã quá nửa đêm. “Anh nói mẹ tôi xấu tính ư? Làm sao mà…Này nhé, cái gia đình đáng kính của anh không có ai tốt tính bằng một góc bà ấy đâu nhé!”

“Tốt tính à?TỐT TÍNH Ư! Bà ta bần tiện đến nỗi…”

Và thế là cuộc cãi vã bắt đầu long trời lở đất.. Sau đó, cả hai người ngủ quay lưng vào nhau không nói với nhau một lời nào suốt mấy ngày sau đó!

Chỉ cần một vài Tử ngữ khơi dậy những phản ứng xúc cảm tiêu cực là đủ để thay đổi toàn bộ cục diện cảm xúc của một người. Trong mọi cuộc giao tiếp hàng ngày, chúng ta thấy rằng một sự thôi miên cảm xúc thích hợp và đúng lúc sẽ không chỉ thâm nhập tâm trí đối phương thành công mà còn giúp tạo ra phản ứng tích cực nơi đối phương. Còn nếu bạn không tạo được sự thôi miên hoặc đanh động những phản ứng cảm xúc tiêu cực, đối phương sẽ tiếp tục không chú ý hoặc sẽ có hành xử không mong muốn đối với bạn!

Nhiều bà vợ vô tình đánh động cảm xúc tiêu cực nơi ông chồng mình dù họ không cố ý. Và kể cả các đức ông chồng, những ông chủ công ty, bè bạn, dư luận, giới chính trị gia và các chuyên gia cũng mắc sai lầm tương tự.

Ngay cả giới bác sĩ cũng thừa nhận rằng rất nhiều bệnh nhân tìm đến họ với những triệu chứng không liên quan gì đến các bệnh lâm sàng cần được điều trị bằng các phương pháp chuyên môn. Với những triệu chứng đó, bác sĩ chỉ cần ndungf những lời lẽ thích hợp để trấn an là bệnh nhân sẽ tự khỏi bệnh. Nhưng trên thực tế, bao nhiêu bác sĩ được huấn luyện về kĩ năng sử dụng ngôn từ và thuật thôi miên cảm xúc để có thể làm chủ những phản ứng của bệnh nhân và thuyết phục họ một cách hiệu quả nhất về bệnh tình của họ?

Một khi hiểu biết thấu đáo về thôi miên cảm xúc, bạn sẽ có khả năng xui khiến tất cả mọi người phải lắng nghe mình. Để làm được điều đó, bạn phải thâm nhập được vào tâm trí của đối phương. Nhưng để cho quá trình thâm nhập được thành công, bạn phải nhận diện được những “nhân tố gây chú ý” trong phần giao tiếp của mình và định hướng chúng một cách có

chủ đích vào đối tượng mà bạn muốn tác động. Bạn phải luôn nhận diện được những cảm xúc và sắc thái ẩn sau những ý tưởng mà bạn muốn truyền đạt đến người kia!

Một gương mặt đẹp và một thân hình nóng bỏng có thể giúp bạn dễ dàng quyến rũ cánh mày râu; nhưng nếu bạn muốn cưới được một người trong số họ và chung sống hạnh phúc với anh ta đến răng long đầu bạc, thì chính sự thôi miên cảm xúc thích hợp trong ngôn từ và hành động của bạn mới là yếu tố mang tính quyết định. Người ta thường nói con đường ngắn nhất dẫn đến trái tim chàng chính là đi qua bao tử, nhưng trước đó bạn làm sao để thuyết phục được chàng đồng ý thưởng thức bữa ăn do mình chuẩn bị? Không phải người đàn ông nào cũng dễ dàng "chui đầu vào rọ", nếu bạn không bị đánh động được yếu tố Thôi miên cảm xúc thích hợp với chàng.

Những chủ đề cá nhân có quan điểm khác nhau ảnh hưởng đáng kể đến tác dụng của sự thôi miên cảm xúc. Kể cả những thẩm phán công bằng nhất thế gian cũng cần những lý do cảm xúc để lắng nghe và phán xét. Bằng không họ sẽ vẫn giữ khư khư những quan điểm vốn có của mình và không dễ bị thuyết phục.

Quy luật này thể hiện rõ trong nhiều vụ tranh chấp kiện tụng khó phân xử mà ngay đến nhiều luật sư chuyên nghiệp cũng phải ngao ngán. Sau đây là một câu chuyện xảy ra ở bang Ohio: Thân chủ của một vị luật sư nọ khởi kiện biên tập viên một tờ báo về tội phỉ báng và bôi nhọ danh dự ông ta. Trong suốt quá trình xử án, vị luật sư này cố tình phát âm kéo dài Từ "phỉ báng" thành "PHỈIIIII BÁNG" một cách quê mùa. Ông ta liên tục nhấn mạnh hành động "PHỈIIIII BÁNG" của tay biên tập viên đối với thân

chủ mìn trước tòa. Ngay cả trong quá trình trao đổi với hội đồng xét xử, ông ta cũng tiếp tục phát âm khó nghe kiểu đó!

Và cuối cùng ông ta thắng kiện.

Sau khi buổi xử án kết thúc, một luật sư khác hỏi ông ta sao lại liên tục phát âm kì cục như thế. Ông ấy cười khẩy: "Tử "phỉ báng" bình thường nghe yếu ớt quá. Nó nghe rất tầm thường, dễ trôi tuột Tử tai này ra tai kia của mọi người và rơi vào quên lãng. Khi tôi nhấn mạnh " PHỈIIII BÁNG", nó nghe có vẻ xấu xa và nghiêm trọng hơn, đúng chứ?"

Vị luật sư này được biết đến là thân chủ của mình quyết theo đuổi vụ kiện này đến cùng, chưa kể những thành viên trong hội đồng xét xử đều là những người rất công tâm. Ông ta cảm thấy rằng họ sẽ dễ bị thuyết phục hơn nếu tính chất xấu xa và nghiêm trọng của hành động phỉ báng được nhấn mạnh đến nỗi sống động như thật!

Quả thật, cả hội đồng xét xử bị đánh động thực sự. Tâm trí của họ bị thâm nhập thành công và mọ chuyện trở nên dễ dàng hơn với vị luật sư nọ.

Để có thể sử dụng thuật thôi miên cảm xúc nhằm thâm nhập tâm trí đối phương một cách thuần thục,bạn cần phải khéo léo cấy được chủ đề mình muốn nói vào tâm trí của người nghe về mặt cảm xúc. Nếu bạn không tìm được một mối liên hệ về mặt cảm xúc nào giữa người nghe và chủ đề mình muốn truyền đạt, bạn sẽ không thể nào đánh động được họ, và họ sẽ chẳng có lý do gì để lắng nghe bạn.

Khi đó, bạn không thể thuyết phục người nghe làm được gì cả.

Điều gi khiến cho họ muốn lắng nghe bạn? Đó chính là những phản ứng cảm xúc mang tính cá nhân của họ đối với những điều họ muốn nghe hoặc những thứ họ sợ phải nghe.

Những phản ứng đó được gọi là những " nhân tố gây sự chú ý" – những nhân tố có thể khiến cho một người hồi đáp một cách tích cực những lời nói và hành động của bạn. Liệu những " nhân tố gây chú ý" – những nhân tố có thể khiến cho một người hồi đáp một cách tích cực những lời nói và hành động của bạn. Liệu những " nhân tố gây chú ý" này có thể phù hợp với một người, một sự vật hay tình huống bất kì? Câu trả lời: Hoàn toàn có thể, nếu bạn áp dụng thuật thôi miên cảm xúc.

Chương 2

Thuật Thôi Miên Cảm Xúc –

Mẫu thức chung và duy nhất của mọi cuộc giao tiếp thành công

Thôi miên cảm xúc là một kỹ thuật giao tiếp giúp bạn thấu hiểu bản thân mình hơn , Từ đó kiểm soát và làm chủ được những phản hồi của người khác đối với mọi hành động và ngôn từ của bạn .

Kỹ thuật này là kết quả hơn mười bảy năm nghiên cứu và thử nghiệm với hàng nghìn đối tượng nghiên cứu thuộc đủ mọi đối tượng và nghề nghiệp . Các cuộc thử nghiệm được thực nghiệm cả trên nhóm lẫn cá nhân . Tổng hợp Tử vô số những nhân tố gây xao nhãng tâm trí của các đối tượng nghiên cứu chúng tôi đã tổng kết được Bốn điểm Thôi miên cảm xúc chung nhất – hay còn gọi là Tử Huyệt Cảm Xúc – có khả năng gây sự chú ý và khuấy động tâm trí bất kỳ ai trong mọi trường hợp .Thông qua những Tử Huyệt Cảm Xúc này , bạn có thể vận dụng Thuật thôi miên cảm xúc trong mọi tình huống giao tiếp cần đến những ngôn từ và hành động thích hợp để đạt được kết quả mong muốn.

Với kỹ thuật này , bạn có thể thôi miên cảm xúc người khác một cách có chủ đích và không phụ thuộc vào sự tình cờ hay may rủi .

Phần lớn con người chúng ta ít suy nghĩ nhiều trong giao tiếp hàng ngày ; chúng ta thường bị đưa đẩy bởi cảm xúc và cảm nhận nhiều hơn là lý trí hay đúng sai ! Chính những cảm xúc hay cảm nhận này vừa kích thích lại vừa kiềm hãm giao tiếp .

Do vậy để giao tiếp thành công , bạn có nhiệm vụ sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để xuyên thấu những cảm xúc và cảm nhận đó bằng cách đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương với những ngôn từ hoặc hành động chính xác . Khi đó bạn sẽ làm cho họ phải lắng nghe bạn . Đây chính là mẫu thức chung của mối quan hệ thành công là chìa khóa giúp bạn mở ra cuộc sống tốt đẹp và thành đạt hơn !

Ba nguyên tắc chủ đạo của Thuật Thôi Miên Cảm Xúc .

1. Tất cả mọi người điều bạn rộn

2. CHỦ ĐỀ GIAO TIẾP tác động đến ĐỐI PHƯƠNG khi và chỉ khi điểm Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp có khả năng thâm nhập tâm trí đối phương được kích hoạt .

3. Điểm Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp của mỗi người luôn nằm ở đâu đó trong“ Bộ Tứ Huyệt Cảm Xúc”

Tử Huyệt Bản Thân

Tử Huyệt Tiền Bạc

Tử Huyệt Tình Yêu

Tử Huyệt Danh Tiếng

Trong tiếng Anh , cụm từ “ Bộ Tứ Tử Huyệt” đã được sử dụng trong một thời gian dài , trở nên phổ biến và dễ nhớ . Thuật Thôi Miên Cảm Xúc quyết định lằn ranh mong manh giữa “Thành công và thất bại” cũng như tính sống còn của mọi cuộc giao tiếp giữa con người với con người .Bất chấp mức độ phức tạp của cuộc giao tiếp , điểm Thôi Miên Cảm Xúc của mỗi người không bao giờ nằm ngoài bộ Tứ Tử Huyệt gồm Bản Thân Tiền Bạc Tình Yêu và Danh Tiếng.

Cách duy nhất để bạn khiến cho đối phương hoặc đám đông khán giả phải lắng nghe chính mình là cung cấp một lý do đủ lớn để họ làm việc đó .Và bạn sẽ không bao giờ tìm ra được lý do này nếu không thể xác định được ít nhất một trong bốn Tử Huyệt có thể liên kết những gì bạn nói với những cảm nhận và cảm xúc của người nghe. Một khi bạn đã không thể làm cho những người này hướng sự chú ý về phía bạn , họ sẽ tiếp tục rong chơi trong tâm trí của mình và lắng nghe bản thân họ chứ không phải là bạn !

Toàn bộ Bộ Tứ Huyệt Cảm Xúc trên đều hiện hữu trong mỗi người chúng ta , trong mọi chủ đề và đối tượng , trong mọi cá nhân và tập thể. Chúng là những bản năng bẩm sinh của con người , và bạn không thể chống lại hay tống khứ chúng đi.

Trong mỗi tình huống nhất định , sẽ có một Tử Huyệt Cảm Xúc trội hơn những cái còn lại và trở thành lý do vì sao đối phương hoặc khán giả phải lắng nghe hoặc nể sợ bạn ! . Đôi khi Tử Huyệt này có mối liên hệ phần nào với Tử Huyệt khác , nhưng một điều chắc chắn là rất hiếm khi xảy ra trường hợp có nhiều hơn hai Tử Huyệt nổi trội cùng một lúc gắn kết diễn giả và khán giả , nhà văn và độc giả hoặc người nói và người nghe.

Thêm một quy luật tối quan trọng nữa là, bạn chỉ có thể xui khiến người khác lắng nghe mình khi và chỉ khi bản thân bạn cũng phải là người biết lắng nghe. Trong cuộc sống có quá nhiều thứ khiến cho tâm trí chúng ta bận rộn và rối bời, một chuyên gia giao tiếp hay thuyết phục phải có khả năng lắng nghe người khác chân thành thì mới có thể khám phá, nhận diện và thấu hiểu những nỗi lo toan bận rộn của người khác.

Cứ thử quan sát cuộc sống cũng như mọi hoạt động giao tiếp chung quanh mình một cách có ý thức, bạn sẽ nhận thấy quyền năng và tầm ảnh hưởng vô cùng của Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc đối với sự thành đạt của con người rõ ràng như thế nào. Việc ứng dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc vào cuộc sống sẽ dần dần cải thiện và nâng tầm tính cách, kỹ năng thuyết phục, sức khỏe và phong thái của bạn một cách đáng kể theo thời gian. Khả năng tưởng tượng và quyền năng sáng tạo của bạn sẽ được giải phóng, động lực thành công của bạn sẽ được khai thông, và bạn sẽ trở thành con người tuyệt diệu mà mình hằng mong ước!

Ba mối liên kết then chốt trong Thuật Thôi Miên Cảm Xúc

Tôi sẽ giúp bạn tổng kết lại ba mối liên kết quan trọng trong Thuật Thôi Miên Cảm Xúc bằng sơ đồ sau:

NHỮNG MỐI BẬN TÂM

MỐI QUAN HỆ GIỮA CHỦ ĐỀ GIAO TIẾP

VÀ ĐỐI TƯỢNG LẮNG NGHE

BỘ TỨ TỬ HUYỆT CẢM XÚC

- Bản thân
- Tình Yêu
- Tiền Bạc
- Danh Tiếng

Một khi áp dụng thuật thôi miên cảm xúc, chúng ta sẽ nhận ra được sự khác biệt lớn giữa việc cố gắng giao tiếp một cách khiên cưỡng và giao tiếp thành công một cách tự nhiên. Sự khác biệt đó chính là việc bạn có tạo ra được những Tử Huyệt Cảm Xúc thích hợp hay không. Bạn thậm chí có thể áp dụng điiều này để tự bảo vệ bản thân, tài sản hoặc cứu mạng chính mình trong những tình huống nguy hiểm!

Sau khi kết thúc phần trình diễn của mình trong một chương trình truyền hình ở New York, quý ông R. đi tàu điện ngầm để đến bãi đỗ ô-tô của mình. Ông lái ô-tô qua phố Bowery để về nà.

Lúc đó đã là 9 giờ đêm, phố Bowery vắng vẻ không một bóng người.

Khi ông R. giảm tốc độ và tiến đến một ngã tư có đèn giao thông, ông nhìn thấy một gã đàn ông cao to với bộ dạng bặm trợn bất thình lình xuất hiện trong màn đêm và tiến gần đến phía trái xe của ông. Ngay lúc đó, tín hiệu giao thông chuyển sang đèn đỏ. Ông R. buộc lòng phải dừng xe.

Gã đàn ông lạ mặt dùng hai bàn tay to kềnh của mình nắm chặt lấy cửa xe ngay bên tay lái của ông R. và ông có thể nghe thấy giọng nói ngạo nghễ của hắn:" Chú mày nghĩ sao nếu tao xin vài đồng để kiếm chút cháo? Cả buổi tối hôm nay tao chưa có gì bỏ bụng cả."

Giọng nói của hắn nghe rất đáng sợ, còn chung quanh hì vắng như chùa Bà Đanh – điều kiện hết sức thuận lợi cho một vụ cướp. Tên này mà thò tay vào được bóp tiền của ông R thì ông chỉ có nước bó tay. Tuy nhiên, ông R. đã bình tĩnh chọn cách sử dụng thứ vũ khí cá nhân lợi hại nhất của mình – Thuật Thôi Miên Cảm Xúc bằng ngôn từ!

Không thèm quay sang nhìn tên trộm, ông R. vẫn nhìn thẳng con đường phía trước và hét lớn:

"Thưa chỉ huy, tôi phải tập trung đuổi theo chiếc xe phía trước. Tôi đang làm nhiệm vụ, vậy nhé!"

Gã lạ mặt biến mất ngay lập tức!

Câu nói "Tôi đang làm nhiệm vụ" khiến anh ta sợ hãi còn hơn cả ông R. sợ hắn.

Gã nghe thấy cụm từ đó. Chúng đã thâm nhập tâm trí của gã ngay lập tức và khiến gã phải hành động ngay!

Giống như hầu hết những tên tội phạm khác, gã không muốn bị bắt và rất sợ dính dáng đến cảnh sát. Câu la lớn của ông R. với ý chỉ rằng ông cũng là một cảnh sát đã tạo nên một hiệu ứng cảm xúc mãnh liệt trong người gã, đến nỗi gã còn lầm bầm một câu xin lỗi trong miệng trước khi bỏ chạy vào bóng tối!

Trong những phần tiếp theo của cuốn sách, chúng ta sẽ hiểu hơn về vai trò của Tử Huyệt Bản Thân trong việc khiến cho tên cướp hụt đó phải lắng nghe và thay đổi ý định ngay lập tức. Có thể ý định di cướp của hắn xuất phát tự động cơ tiền bạc, nhưng cuối cùng , nỗi sợ bị bắt bỏ tù (thuộc động cơ Bản Thân) lại gây hiệu ứng cảm xúc mạnh mẽ hơn quyết tâm ăn cướp của hắn.

Trong tình huống này cũng như mọi tình huống khác của cuộc sống luôn luôn hàm chứa một nhân tố gây chú ý chủ đạo mà bạn phải tìm ra được để chiếm ưu thế. Nó luôn hiện hữu trong mọi sự tương tác, nhưng bạn phải làm thế nào để phát hiện ra nó kịp thời?

Với thuật thôi miên cảm xúc, mọi chuyện đều có thể.

Một học viên cũ của tôi Từng nhiều năm làm công việc quản lí các họt động trại hè thiếu thiếu nhi. Những người quản lí và trưởng nhóm hướng đạo sinh ở đây thường được lụa chọn và đề bạt dựa trên tiêu chí về kinh nghiệm cá nhân và những thành tích nhất định trong các hoạt động đoàn đội.

Trong một trại hè nọ, cậu quản lý này kể cho tôi nghe về Charlie, một trưởng nhóm hướng đạo sinh trong trại. Charlie được bình chọn là cầu thủ bóng chày xuất sắc nhất trong các trường đại học ở mỹ. Tất cả các cậu bé

trong trại đều thích mê những buổi hướng dẫn chơi bóng chày của Charlie và thường tụ họp sôi nổi về tài năng và danh tiếng của cậu ấy, trừ một em tên Ronie.

Ronnie là một hướng đạo sinh khá giỏi trong trại. Em có thành tích xuất sắc trong mọi hoạt động, trừ bóng chày. Dù đã cố gắng hết sức, Charlie vẫn lực bất tong tâm trong việc làm cho cậu bé này tiến bộ hơn với môn bóng chày. “Tôi không biết làm thế nào để em ấy hứng thú”, anh ta than phiền với học viên cũ của tôi. “Ronnie không thích nghe tôi nói. Em ấy cứ lơ là, vênh váo và kích động những cậu bé khác tẩy chay tôi. Tôi xin phép loại em ấy ra khỏi lớp bóng chày, nếu không cậu ấy sẽ tiếp tục đầu têu và làm hư các bạn khác mất thôi.”

Sau bữa trưa hôm ấy, viên quản lý gọi Ronnie vào phòng làm việc của mình.

“Chuyện gì xảy ra với em vậy?” người quản lí hỏi. “Thầy thấy em học rất tốt với những thầy cô khác, chỉ trừ mỗi Charlie. Em thừa biết thầy ấy là một trong những cầu thủ bóng chày tài năng nhất của các trường đại học mà. Sao em không nghĩ rằng mình sẽ có thể học hỏi được rất nhiều điều hay Tử Charlie?”

“Ôi không thầy ơi!” Ronnie đáp. “Em chẳng học được gì cả!”

“Tại sao?”

Cậu bé mười ba tuổi đứng thẳng người với tư thế chống nạnh và trả lời một cách chắc nịch: “ Một tín đồ của đội Giant thì làm sao có thể dạy dỗ một người hâm mộ đội Dodger được?”

Sau đó, viên quản lý có một buổi nói chuyện riêng với Charlie.

Sáng hôm sau, trong tiết học bóng chày, Charlie nói với đội của Ronnie:" Các em đều biết tôi hâm mộ đội Giant. Các em cũng biết là đội Giant và đội Dodger có một mối thù truyền kiếp và không đội trời chung trong các giải vô địch bóng chày. Tuy nhiên, dù là một người ham mộ Giant đi nữa, tôi vẫn phải thừa nhận rằng đội Dodger có nhiều kỹ thuật sở trường hay hơn nhiều so với Giant trên sân đấu. Điển hình là kỹ thuật ném bóng và phòng ngự kép…"

Ronnie hào hứng ngay lập tức. Lần đầu tiên trong trại, cậu bé muốn được nghe Charlie chia sẻ nhiều hơn. Kể Tử sau đó, Charlie và Ronnie trải qa kì trại hè như những người bạn thân thiết, và khả năng chơi bóng chày của Ronnie tiến bộ rõ rệt.

Như chúng ta đã thấy, có một lí do cảm xúc lấp đầy tâm trí Ronnie khiến cậu không muốn đội trời chung với Charlie. Khi rào cản này được phá bỏ bang những Tử ngữ đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng – cũng chính là điểm Thôi Miên Cảm Xúc nổi trội của Ronnie, cậu bé ngay lập tức lắng nghe và thuận theo.

Viên quản lý trại hè kiêm học viên cũ của tôi đã dành rất nhiều thời gian quan sát những hành vi và cách giao tiếp của Ronnie. Kết quả cho thấy động lực lớn nhất của cậu bé khi làm bất kì điều gì hoặc khi lắng nghe người khác chính là để được mọi người công nhận – một yếu tố thuộc phạm trù Danh Tiếng!

Vào một mùa bóng nọ, khu vực khan đài sân vận động của đội Yankee chật kín người. Trận đấu hấp dẫn đến nỗi nhiều cổ động viên nửa đứng nửa ngồi trên ghế, còn nhiều người khác thậm chí tràn lan cả lối đi và các bậc cầu thang để xem cho rõ. Ngay trước lúc cao trào của trận đấu, một anh

chàng bán hàng rong mặc áo màu trắng cố gắng xuyên qua đám đông nhằm tiến đến khu vực cầu thang để bán hàng thuận tiện hơn.

Không người nào chịu nhường lối cho cậu ta cả.

Anh bán hàng rong giữ chặt chiếc giỏ hàng và la lớn:" Làm ơn cho tôi đi qua!" Không một người nào di chuyển dù chỉ một chút, thế là anh chàng tiếp tục hét lớn: " Nước sôi, nước sôi đây! Cẩn thận kẻo bỏng. Cho tôi đi qua nào!" Vẫn chẳng có ai tránh đường cho cậu ta di chuyển. Sau vài lần gào thét , anh bán hàng rong bỏ cuộc và và đành rời khỏi chỗ đó để tìm lối đi khác dẫn đến khu vực cầu thang.

Một cổ động viên nọ đã quan sát sự việc Tử đầu đến cuối. Ông này bèn gọi anh bán hàng rong lại và thì thầm vào tai anh vài điều. Sau đó, anh bán hàng nhún vai với vẻ mặt vui mừng và quay trở lại đám đông ban nãy. Lần này, anh băng băng tiên tới, tay nắm chạt giỏ hàng và la lớn:"MÙ TẠT ĐÂY! Làm ơn cho tôi đi qua. NẾU KHÔNG MÙ TẠT RƠI BẨN ÁO BÂY GIỜ!"

Ngay lập tức, những ai nghe thấy cau đó đều hoản hốt vì tâm trí của họ đã được thâm nhập thành công vào đúng nơi và đúng thời điểm. Họ ngay lập tức nhường lối cho anh bán hàng rong đi qua. Bạn thấy đấy, mặc dù đám đông khan giả đạng bận tận hưởng trận đấu – một thú vui hấp dẫn thuộc phạm trù Bản Thân, họ vẫn là những sinh vật đầy ắp những cảm xúc khác nhau. Ban đầu, anh bán hàng rong dọa" Nưới sôi" ám chỉ rủi ro bị bỏng. Đây cũng là một yếu tố thuộc về sự an toàn Bản Thân, nhưng nó lại không phải Tử Huyệt chủ đạo của khán giả ở nơi đó và tại thời điểm đó.

Sự việc xảy ra ở sân vận động Yankee, nơi có rất nhiều xúc xích được bày bán. “Mù tạt” là một Từ đáng sợ trong hoàn cảnh đó, vì nó đồng nghĩa với nguy cơ quần áo bị vấy bẩn không tẩy rửa được, chi phí giặt ủi tốn kém và nỗi sợ phải mang bộ dạng hôi hám dơ bẩn trước mặt thiên hạ nếu mù tạt rơi vào người. Câu chuyện đã rõ. Tử Huyệt Danh Tiếng (sợ bẩn quần áo) chính là điểm thôi miên cảm xúc chủ đạo của đám đông khán giả này, với một chút liên quan đến Tiền Bạc(chi phí giặt ủi). Chỉ cần bị đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo, hàng trăm người tự nguyện nhường lối cho anh bán hàng rong hiên ngang đi qua.

Một khi ngôn từ được thốt ra,

Đối tượng sẽ có phản ứng, hoặc không!

Chỉ một hay vài Từ ngữ nhỏ nhắn đơn giản nhưng chính xác vẫn dư sức tạo nên hiệu ứng vô song về mặt ý nghĩa. Chúng có thể gây nên cả một cơn bùng nổ cảm xúc liên hoàn không thua gì bom nguyên tử!

Trong khi đó vài lời hay ý đẹp được kết hợp chuẩn xác với giọng nói và hành động phù hợp sẽ giúp khởi đầu một mối quan hệ lãng mạn và khiến cho trái tim chúng ta loạn nhịp. Những Từ ngữ tiêu cực chính là nguồn cơn của mọi phiền muộn, hoài nghi và đau khổ. Trái lại chi cần vài ngôn từ tích cực là có thể vực dậy cả một tinh thần đang xuống dốc, giúp chúng ta tự tin hơn, dũng cảm, trung thành và tử tế hơn.Ngôn từ âu yếm dịu dàng giúp khơi dậy tình yêu. Những lời nói dè bỉu chê bai có thể làm giọt nước tràn ly, gây ra những phản ứng giận dữ và chống đối. Nói năng thiếu suy nghĩ tất yêu dẫn đến nghi ngờ và thù hận.

Bạn đã nói chuyện với mọi người như thế nào trong ngày hôm nay?

Những lời bạn nói có khiến cho họ khóc, cười, hy vọng, lo âu, hoài nghi, hoặc ưa thích, xem thường, tránh xa bạn hơn không? Hay họ chẳng có phản ừng gì cả?

Nghĩ đi nào!

Những lời nói và ngôn từ mà bạn thốt ra ngày hôm nay có hiệu quả hay chưa? Bạn khơi dậy được những phản hồi như ý muốn Tử đối phương bằng cách nắm bắt chính xác tử huyệt cảm xúc chủ đạo của họ?

Bạn hoàn toàn có thể. Thành công của bạn không phụ thuộc vào việc bạn có chọn đúng đối tượng hay không. Bài học quan trọng ở đây là, mỗi một con người và mỗi một nhóm người đều sẽ sẵn sàng dỏng tai lắng nghe lại một cách chăm chú một khi bạn khai phá được hiệu quả của thuật thôi miên cảm xúc. Với nó, bạn có thể tìm được đúng tử huyệt cảm xúc của người nghe trong bất kỳ hoàn cảnh hay tình huống nào.

Bất kể bạn là ai đi chăng nữa, bạn sẽ chẳng nên cơm cháo gì được nếu không thể xui khiến một người nào đó làm điều gì đó cho bạn. Điều gì đó ở đây là một phản ứng xúc cảm đối với ngôn từ và hành động của bạn trong một lần hoặc nhiều lần với một hoặc vài Tử tử huyệt cảm xúc thuộc về bộ tứ. Bạn không chỉ làm được điều này một lần, mà là vô số lần trong suốt cuộc đời mình.

Về bản chất người thành đạt là người biết vận dụng khéo léo những ngôn từ và hành động của chính mình để tự chúng đưa anh ta tới những đỉnh cao mà anh ta muốn! Chúng giúp anh ta đạt được những mục tiêu của mình thông qua những sự thôi miên cảm xúc hiệu quả, thâm nhập tâm trí

thành công và tạo nên nhiều phản ứng tích cực Tử những người khác xung quanh anh ta.

Điều này đúng cả trong những hội ngồi lê đôi mách, “Cô ta vừa không xinh đẹp lại chẳng có gì hay ho, vậy mà lại cưới được ông chồng đại gia hoành tráng thế kia!” Và, “Hắn Từng nghèo rớt mồng tơi lại vừa chẳng quan biết ai ra hồn. Vậy mà bây giờ hắn đang là chủ doanh nghiệp lớn kia kía!” Hoặc, “ Con bé này hồi nhỏ cứ hễ đi thi là bị loại ngay từ vòng gửi xe đạp. Vậy mà bây giờ trở thành ngôi sao truyền hình mới ghê chứ!”

Một cựu học viên của tôi cũng khởi nghiệp Tử con số 0 theo đúng nghĩa đen. Cậu ta được sinh ra trong một gia đình nghèo thuộc một thị trấn kém phát triển. Cậu ta ít học, không có lấy một mối quan hệ nào ra hồn mà còn mắc phải tật nói ngọng. Nhưng cậu đã có một cuộc sống thú vị và thành công chỉ nhờ vào biệt tài thôi miên cảm xúc mọi người. Những ai đã từng gặp cậu ta dù chỉ một lần đều luôn có cảm giác như đã biết cậu ta Tử thuở nào, thân thiết đến độ họ liên tục mời cậu tham gia những sự kiện trọng đại hoặc đến những nơi chốn thú vị.

Bí kíp của anh chàng này nằm ở một câu nói mà cậu ta không ngần ngại thốt ra những khi thấy phù hợp:”Tôi rất hân hạnh được làm quen với anh. Dù tôi chỉ vừa biết anh, nhưng tôi chắc chắn rằng anh hẳn là con người thú vị nhất tôi Từng gặp.”

Những người kia hiển nhiên là dâng trào cảm xúc mỗi khi nghe câu nói đó, và họ khao khát được gặp lại cậu học viên cũ của tôi lần nữa.

Theo thời gian, số lượng những mối quan hệ của cậu ta cứ tang dần; và sự nghiệp của cậu cũng thăng hoa Từ đó.

Vào một ngày Chủ nhật nọ, anh cựu học viên này của tôi đến tham dự một buổi hòa nhạc cùng với một người bạn. Khi người bạn kia nói rằng mình không thích chương trình hòa nhạc này, cậu ta nhớ ngay ra bài học đã được lĩnh hội về thuật thôi miên cảm xúc. Khi hai người họ chia tay ra về, cậu ta nói ngay với người bạn đi cùng: “Hẳn là buổi hòa nhạc này đã không được như chúng ta mong đọi. Nhưng những chuyến du lịch thú vị vừa rồi của anh ở Canada mà anh kể cho tôi nghe sẽ khiến tôi lâng lâng cả tháng cho mà xem. Nhờ có anh mà tôi vừa được trải qua một trong những buổi tối chủ nhật tuyệt vời nhất đời mình!”

Kỳ thực, toàn bộ câu nói trên chỉ là một cách nói khác của “Cảm ơn anh vì buổi tối hôm nay!” Nhưng anh cựu học viên của tôi đã khéo léo lồng ghép một điểm thôi miên cảm xúc đánh vào huyệt tử danh tiếng của người nghe và khiến người đó cảm mến mình. Hãy nhớ, hầu như tất cả chúng ta – trong tận đáy lòng – đều khao khát được mọi người công nhận và ngưỡng mộ trong mọi việc.

Nhìn chung, “Cảm ơn” là một trong những Tử ngữ có quyền năng thôi miên cảm xúc mạnh nhất trong giao tiếp hàng ngày, Tử các giao dịch buôn bán cho đến những cuộc trò chuyện cá nhân. Phần lớn chúng ta đều mong muốn được người khác cảm ơn và thừa nhận công sức Tử những việc nhỏ nhặt nhất.

Trong một dãy phố ở Chicago, có hai sạp báo cách nhau chỉ mười bốn thước và cùng bán những loại báo và tạp chí giống nhau. Người chủ của sạp báo thứ nhất rất kiên nhẫn và chịu khó, ông nhiệt tình nói “Cảm ơn” với bất kì ai đến mua báo kể cả trong lúc cao điểm hoặc đông khách nhất.

Còn người bán báo kia thì lạnh lùng hô "Người kế tiếp" hoặc "Anh/chị muốn đọc gì?"

Suốt gần một năm, nhờ câu "Cảm ơn" mà mỗi ngày người bán báo thứ nhất đạt được doanh số gấp bốn lần so với người thứ hai dù cả hai người có lượng khách hàng tiềm năng tương đương nhau. Người đi đường sẵn sàng đi bộ thêm mười bốn thước nữa – kể cả khi họ đang vội – chỉ dể được nghe tiếng "Cảm ơn" Tử người bán báo thứ nhất!

Ở thành phố New York, các sạp báo lại dùng một cách khác để thôi miên cảm xúc khách hàng nhằm tăng doanh số của họ. Thay vì thối tiền dư cho khách bằng tiền xu lẻ, họ thay thế chúng bằng những đồng xu được dùng làm vé đi tàu điện ngầm có giá trị tương đương. Nhiều khách bộ hành sẵn sàng mua báo để nhận được những đồng xu đó một cách nhanh chóng thay vì mất thời gian đứng xếp hàng đợi mỏi mòn ở các quầy vé đi tàu điện ngầm để mua chúng. Do vậy, sáng kiến của những người bán báo không chỉ giúp khách đi tàu điện ngầm tiết kiệm được thời gian và sức khỏe, mà còn giúp cả người bán vé tàu không phải mất công sức đổi tiền lẻ để thối lại cho khách. Đây đều là những lợi ích thuộc phạm trù bản thân!

Đôi khi sự khác biệt giữa việc chọn nhầm điểm thôi miên cảm xúc gây thất bại và việc tác động đúng tử huyệt dẫn đến thành công chỉ đơn thuần là cách sắp xếp chữ nghĩa.

Một vị giáo sĩ Từng kể tôi nghe một câu chuyện về hai anh chàng mục sư là bạn thân của nhau. Cả hai đều nghiện thuốc lá nặng. Mỗi người họ phải viết đơn xin phép gửi cha xứ. Một trong hai người viết là: " Liệu con có thể hút thuốc khi cầu nguyện?" Cha xứ không đồng ý. Anh chàng còn

lai viết:" Liệu con có thể cầu nguyện trong khi hút thuốc?" Cha xứ cho phéo ngay!

Quyền năng của cảm xúc bao trùm cuộc sống của chúng ta mạnh mẽ đén nỗi chúng ta thường xuyên nghe, nhòn, nói, và làm bất kì điều gì khiến cho bản thân mình vui mà không mảy may nghĩ xem vì sao chúng ta lại nghe, nhìn, nói, và làm những việc đó.

Nếu một bộ com-lê hay một chiếc đầm giúp chúng ta "cảm thấy" mình trông như một tỉ phú hay bà hoàng, chúng ta yêu ngay những bộ cánh đó và không còn quan tâm đến chất lượng hay giá cả của chúng đắt rẻ ra sao. Ngay lúc đó, kể cả khi có một bộ cánh khác rẻ hơn, có chất lượng tốt hơn nhưng lại không cho chúng ta cảm giác huy hoàng đó, chúng ta chẳng thèm đếm xỉa đến nó.

"Tôi nghĩ mình không có thành kiến với màu sắc, cũng chẳng phân biệt đẳng cấp giàu nghèo sang hèn", Mark Twain Từng nói. "Điều duy nhất tôi quan tâm là con người vẫn luôn là con người. Thế là đủ, vì anh ta không phải thứ gì khác tệ hơn!"

Mark Twain đã đúng.

Con người luôn muốn mình nhìn thấy hoặc nghe thấy những gì tác động lên họ về mặt cảm xúc.

Điều này luôn đúng bất kêt bạn muốn tác động một người, hai người, ba người, ba mươi nghìn người hay thậm chí ba mươi triệu người.

Anh chàng Redmond O'Hanlon đến tù sở cảnh sát New York sẽ chứng minh chi bạn thấy quy luật trên lợi hại như thế nào. Anh là một trong những người chơi đầu tiên của trò chơi truyền hình "Ai muốn làm triệu

phú" lúc bấy giờ. Nhờ trả lời được câu hỏi về văn hào William Shakespeare, anh dành được 16.000$. Trong kỳ phát sóng tuần kế tiếp, anh phải quay trở lại để quyết định trước người dẫn chương trình và khán giả rằng mình có ở lại chơi tiếp hay không, để có cơ hội lấy 32.000$ ở câu hỏi kế tiếp.

Nhiều tờ báo và giới truyền thông khắp nước Mỹ liên tục đưa tin và cập nhật hình ảnh về viên cảnh sát O'Hanlon. Người dân xôn xao bàn tán về anh – người hiện là cha của năm đứa trẻ, sống bằng đồng lương ba cọc ba đồng của nghề cảnh sát. Anh sẽ mất trắng giải thưởng đang có nếu trả lời sai câu hỏi trị giá 32.000$. Liệu anh ta sẽ chọn phương án an toàn, dừng cuộc chơi và mang về số tiền thưởng 16.000$, hay chơi tiếp để có cơ hội sở hữu 32.000$?

Câu chuyện về O'Hanlon đánh động cảm xúc của hơn 30.000.000 người trên toàn nước Mỹ lúc bấy giờ. Dù mỗi người dân là một cá thể khác nhau, nhưng tất cả họ đều quan tâm đến sự kiện một phần ivf cảm xúc Bản Thân của họ được đánh động, số khác vì Tiền Bạc, một số người lại quan tâm đến khía cạnh Tình Yêu và gia đình trong câu chuyện, và cũng có nhiều người theo dõi câu chuyện vì Danh Tiếng. Chính những phản ứng đông đảo và mạnh mẽ này khiến cho buổi phát sóng hôm đó của chương trình "Ai muốn làm triệu phú" trở thành chương trình TV có lượt người xem nhiều nhất nước Mỹ lúc bấy giờ.

O'Hanlon thừa biết rằng hàng triệu người dân Mỹ đang mong anh ngừng cuộc chơi để bảo toàn số tiền thưởng, còn hàng triệu người khác muốn anh chơi tiếp để có cơ hội giành giả cao hơn. Và anh đã có một câu trả lời khôn ngoan:"Một mặt, tôi tự nhận mình là một người tự nghiên cứu,

học hỏi và hâm mộ Shakespeare. Vì thế, tôi rất háo hức muốn biết cảm giác chiến thắng với giải thưởng lớn hơn như thế nào, và điều này thực sự khiên tôi muốn chơi tiếp. Nhưng mặt khác, tôi chỉ là một viên cảnh sát bình thường, đang sống cùng năm đứa con dễ thương và một người vợ tuyệt vời trong một căn nhà trả góp bằng đồng lương công nhân viên chức. Vì lý do này, tôi quyết định dừng cuộc chơi tại đây và mang về giải thương 16.000$"

Gần như tất cả mọi người theo dõi chương trình đều ủng hộ quyết định của O'Hanlon, kể cả những người trước đó đã hy vọng anh chơi tiếp!

Vài năm sau đó, vào thời kì mà các chương trình trò chơi truyền hình bắt đầu giảm sức hút và lắm tai tieengsvif có quá nhiều người chơi thắng giải trên 100.000$, câu trả lời chân thành của viên cảnh sát O'Hanlon vẫn được nhớ đến và kuwu truyền trong tâm trí người dân như một tấm gương lớn về tự trọng!

Mỗi người chúng ta là một cá thể khác nhau với những mối quan tâm riêng biệt. Chúng ta có những quan điểm khác nhau về đủ thứ trên đời, từ thuốc lá, đàn ông, đàn bà, thời trang, mũ nón cho đến tình dục, xe cộ, phim ảnh, tôn giáo, bằng hữu, cà vạt, máy giặt.

Nhưng dù khác biệt cách mấy, tất cả chúng ta vẫn là con người. Đó chính là nguyên lý cơ bản nhất và là nguồn cội của Bộ tứ tử huyệt cảm xúc trong mỗi chúng ta. Những nhu cầu, động lực hay điểm yếu của chúng ta về bản thân, tình yêu, tiền bạc và danh tiếng cắm sâu bên trong bản năng của chúng ta đến nỗi chúng ta luôn hành động trước cả khi bộ não kịp suy nghĩ và nhận thức đúng, sai, lợi và hại. Chỉ cần những ngôn từ và hành động của chúng ta đánh động được cảm xúc của người khác, chúng ta sẽ có

cơ hội lý tưởng để thuyết phục họ thuận theo mình, thậm chí khiến họ mở lòng chấp nhận tất tần tật những gì chúng ta nói một cách vô tư không đắn đo.

Owen D. Young Từng khuyên rằng:" Người nào có khả năng đặt mình trong hoàng cảnh người khác, thấu hiểu được những suy nghĩ tâm tư của họ thì không cần phải lo lắng về bất kỳ điều gì của tương lai; vì người đó chắc chắn sẽ thành công."

Lời khuyên này đặc biệt đúng với phụ nữ thời nay – những người được trời ban cho sự nhạy cảm cao độ, đã và đang ngày cangfkhawngr định vị thế quan trọng của mình trong công sở cũng như trên thương trường.

Trong một khu dân cư ở bang Ohio nước Mỹ, có một cửa hàng bán đồ dùng học tập và văn phòng nọ đã đổi chủ đến bảy lần trong bốn năm. Mỗi một người chủ đó đã đến đây, cố gắng thu hút và giữ chân khách hàng bằng đủ cách: các chương trình khuyến mãi, giảm giá và quà tặng liên tục, trình bày lại các tủ kính và kệ trừng bày thật bắt mắt. Nhưng tất cả họ vẫn thất bại trong việc tăng doanh số. Khách háng vẫn cứ thích đến mua ở một chuỗi cửa hàng bách hóa cách xa chỗ đó bốn trăm nét.

Người chủ thứ tám của cửa hàng học cụ là một đôi vợ chồng. Người chồng là thương binh, gặp khó khăn trong việc giao tiếp. Người vọ nooit bật với nụ cười tỏa nắng và có khả năng nhớ tên tất cả các khách đến mua hàng bất kể là người mới hay khách quen. Cũng như những người chủ trước, những ngày đầu bán hàng của đôi vợ chồng này rất vắng khách.

Nhưng chính câu chào của bà vợ đã dần dần tạo nên sự khác biệt. Đó không phải là một câu " Chào buổi sáng" vô hồn như chúng ta thường nghe. Đó là những câu chào khác nhau được dành riêng cho Từng khách

như “Xin chào Julie!” hoặc “Buổi sáng tốt lành nhé ông Brown!” Bà ấy cá nhân hóa mối quan hệ của mình với Từng khách hàng và ông chồng bắt chiếc làm theo. Bất kỳ khách nào đặt chân vào cửa tiệm của ông bà cũng cảm thấy mình được chào đón niềm nở và trở thành người quan trọng, mặc dù có thể học chỉ đến đó để mua vài thứ đồ lặt vặt hoặc dùng bốt điện thoại. Thế là tiếng lành đồn xa.

Trong câu chuyện trên, uy tín(thuộc phạm trù Danh Tiếng) và sự thuận tiện(thuộc phạm trù Bản Thân) đã Thôi Miên Cảm Xúc người mua tốt hơn so với việc giảm giá trong quá trình cải thiện dich vụ của một cửa hàng nhỏ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Cần nhớ, khách hàng cũng là con người. Hãy đánh động chính xác vào Tử huyệt cảm xúc của họ, rồi sẽ trung thành với bạn mãi mãi!

Ngày nay, với những nguyên tắc liên quan đến đối nhân xử thế, sản phẩm và dich vụ càng lúc càng đồng nhất với nhau hơn. Mọi cuộc cạnh tranh trên thương trường cũng như trong cuộc sống thực chất đều là những cuộc ganh đua xem ai là người có thể thâm nhập sâu hơn vào tâm trí đối phương, người nghe, khách hàng, bệnh nhân, khán giả, vân vân và vân vân. Và bạn sẽ không thể lamg được điều này nếu không nắm bắt được đúng hướng cảm xúc của đối tượng mình nhắm đến.

Lời nói và hành động là những phương thức giao tiếp phổ biến hơn cả. Tuy nhiên, vẫn có nhiều trường hợp mà ngôn ngữ viết lại là công cụ hiệu quả trội hơn trong việc thâm nhập tâm trí con người, đánh động cảm xúc của họ và tạo ra một chuỗi hiệu ứng liên hoàn thú vị.

Vào khoảng 8 giờ sáng thứ hai nọ, trong lúc tôi đang mòn mỏi chờ xe buýt, một học viên cũ của tôi đề nghị chở tôi đến ga tàu điện ngầm bằng ô-tô của mình.

"Thật may là gặp được em ở đây", tôi nói, "Xe buýt hôm nay trễ nải quá, khiến thầy cũng trễ giờ đi làm luôn."

"Thầy đừng lo", anh ta đáp. "Em bảo đảm sẽ đưa thầy đến ga tàu điện ngầm đúng giờ".

"Trong tình trạng tắc đường thế này sao?"

"Thầy cứ lên xe thì biết", cậu ta trả lời với nụ cười đầy ẩn ý. "Chỉ cần tác động vào điểm thôi miên cảm xúc thích hợp là chuyện gì cũng xong – chính thầy vẫn luôn dạy tụi em thế mà."

Đường giao thông lúc bấy giờ ngập xe tải và ô-tô bốn bánh. Thế là cậu học trò cũ của tôi đưa tay báo hiệu trước khi rời khỏi lề đường, khiến cho tất cả các xe khác đi chậm lại, thậm chí dừng hẳn lại để nhường lối cho chúng tôi đi! Khi chúng tôi tiến đến phần đường tắc nghẽn nghiêm trọng, cậu ấy alwpj lại động tác ra hiệu ban nãy. Suốt một quãng đường đi dài hai mươi phút, các xe khác liên tiếp nhường đường cho chúng tôi đi một cách kì diệu. Cậu học trò vui tính bỗng chốc trở thành "Ông hoàng đường phố", không xe nào dám động đến.

Khi gần đến ga tàu điện ngầm, cậu ấy ra hiệu bằng tay trái, tất cả các xe đang chạy ngang hàng hoặc phía sau chúng tôi đều đi chậm lại hoặc dừng hẳn, để sau đó tôi có thể xuống xe an toàn! Không một chiếc xe tải nào dám hùng hổ vượt qua chúng tôi khi ấy.

Chỉ khi tôi nhìn thấy cậu ấy lái xe ra về, tôi mới khám phá ra lý do. Một tấm bảng ghi chữ đỏ nổi bật được dán ngay dưới của kính phía sau xe. Cậu học trò cũ của tôi – một tay lái lụa có bằng ô-tô trên 15 năm – đã in lên đó ba chữ có sức thôi miên cảm xúc hoành tráng đến nỗi bất kì bác tài nào khác trên đường nhìn thấy cũng phải ái ngại.

Đó là ba chữ: XE TẬP LÁI

Không cần biết các xe khác đnag vội vàng hay hùng hổ cỡ nào. Chỉ cần họ nhìn thấy ba chữ trên, nỗi lo sợ về tai nạn giao thông và sự an toàn bản thân kèm nỗi sợ mất tiền bạc không nhỏ ngay lập tức trỗi dậy!

Còn bạn, bạn có e ngại không nếu nhìn thấy ba chữ đó khi lái xe trên đường?

Sự thực là, cậu học trò cũ của tôi gắn tấm bảng đó lên xe vì một lí do chính đáng. Chẳng là trước đó một năm, vợ cậu ta muốn tập lái xe ô-tô. Một người nào đó đã tặng cô ấy một quyển cẩm nang lái xe mà trong đó có đoạn'…Chân thắng là bạn, chân ga là thù…" Sau khi cậu học trò cũ của tôi xin được giấy phép tập lái cho vợ mình, cậu ta đảm nhiệm luôn việc huấn luyện lái xe và ngồi ngay bên cạnh cô ấy để hướng dẫn. Có lẽ do ảnh hưởng Tử nội dung cuốn cẩm nang nên vô cớ cô cợ cứ liên tục đạp thắng, khiến cho anh chồng nhiều phen khiếp vía vì việc thắng gấp có thể khiến cậu ta đâm đầu nứt sọ vào kính xe phía trước bất kỳ lúc nào. Để đảm bảo an toàn cho cả hai và những người đi đường khác, cậu ta bèn ứng dụng thuật thôi miên cảm xúc để tìm ra giải pháp: dán tấm bảng XE TẬP LÁI phía sau xe.

Sau lần chở tôi đến ga tàu điện ngầm đúng giờ một cách ngoạn mục giữa tình hình kẹt xe, cậu học viến cũ của tôi quyết định tháo dỡ tấm bảng XE TẬP LÁI khỏi xe. Cậu thấy rằng việc lạm dụng nó sẽ khiến mọi người nghi ngờ về động cơ thực sự của cậu!

Kể cả khi trường hợp của bạn thuộc phạm trù Tình Yêu và bạn đang khao khát kết hôn, bạn vẫn cần phải đánh trúng được tử huyệt cảm xúc của đối phương nếu muốn thành công!

Phụ nữ thường không ngần ngại chia sẻ chuyện hẹn hò của họ. Họ thường kể một cách bẽn lẽn rằng:"Ờ thì anh ấy nhìn tôi say đắm, và đó là tình yêu sét đánh"!

Đừng tin lời họ

"Tình yêu sét đánh" hay " tình yêu ngay từ cái nhìn đầu tiên" là những cụm từ khiến cho mọi đôi nam nữ đang yêu đều rất thích thú, nhưng đó không phải là tình yêu thực sự trừ phi hai người có những giao tiếp và hành động cụ thể khơi gợi được sự quan tâm lẫn nhau. Tình yêu thực sự là một tình cảm sâu sắc và cần thời gian vun bồi, và nó phụ thuộc đáng kể vào những lời nói và hành động mà hai người trao cho nhau để thuyết phục đồng ý kết hôn. Quá trình tương tác này phải thành công trong việc kích thích phản ứng xúc cảm Tử cả hai phía để dẫn đến kết quả như mong đợi!

Có một quý anh độc thân nọ mong muốn một cuộc sống tự lập.

Anh làm nghề bán tạp hóa. Anh ước mơ được làm chủ một của hàng của riêng mình. Để hiện thực hóa ước mơ này, anh tích cóp đều đặn. Anh cho rằng một khi mình trở thành doanh nhân, anh sẽ đạt được uy danh và một vị trí xã hội đáng kể mà một người đàn ông như anh nên có. Anh rất

nghiêm túc về tham vọng của mình. Tuy vậy, có một trở ngại nho nhỏ trên con đường chinh phục ước mơ của anh:anh có một sở thích khó bỏ Tử hồi bé là sưu tập và tự tay gia công những chiếc đồng hồ cúc cu. Anh sống cùng cha mẹ và ba chị gái; hầu hết những người thân và bạn bè của anh đều khẳng định rằng riết rồi tính tình của anh cũng gàn dở và "cúc cu" hệt như mấy chiếc đồng hồ yêu quý của anh.

Bất kể thời điểm nào, căn hộ năm phòng của gia đình anh cũng ngập ngụa những bộ sưu tập đồng hồ. Quý anh trong câu chuyện này của chúng ta chưa có định kiến kết hôn. Anh ta đã từng hẹn hò nhiều cô nàng, Từng tán tỉnh vài chị em và có một vài mối tình kha khá nhưng đều không có kết quả.

Vào một buổi tối nọ, khi đang ngồi chơi trong câu lạc bộ khiêu vũ, anh gặp gỡ nhân vật chính trong câu chuyện chúng ta.

Cô nàng không quá xinh đẹp, đeo kính, mặc một chiếc áo đầm giản dị và có một thân hình thường thường bậc trung.

Theo lẽ thường, với một cô nàng không có gì nổi trội như thế, "tình yêu sét đánh" là điều khó xảy ra. Tuy nhiên, khi họ bắt đầu nói chuyện và tự giới thiệu về nhau, cô nàng đã nói như sau:"Em rất hận hạnh được biết anh. Cô bạn Madge xinh đẹp đã kể em nghe rất nhiều về sở thích kì lạ của anh"

"Thế à?" quý anh của chúng ta buột miệng, hồi hộp chờ xem cô ấy sẽ nói gì tiếp theo

"Vâng" cô nàng đáp lại, "và em nghĩ sưu tập đồng hồ cúc cu là một trong những sở thích độc đáo nhất mà em Từng biết!"

“Em nghĩ thế thật à?Tuyệt!” anh chàng bắt đầu ấp úng, “phần lớn bạn bè của tôi cho rằng thần kinh tôi không được bình thường. Còn mấy chị em gái của tôi thì..”

“Họ đều là những cô gái tử tế theo như em được biết. Em thì nghĩ bạn bè và các chị em của anh đang ghen tị với anh vì họ không được chín chắn như anh. Vậy bây giờ, anh có thể kể em nghe nhiều hơn về thú chơi đồng hồ cúc cu của anh không?”

“Em muốn nghe chứ?” Quý anh của chúng ta chạm vào khuỷu tay cô nàng và dẫn cô đến chỗ ghế ngồi. “Này, em cứ gọi tôi là George nhé!”

“Em rất hân hạnh, anh George ạ. Còn anh cứ gọi em là Dorothy nhé. Giờ chúng ta nói về mấy cái đồng hồ cúc cu nào. Vì sao anh lại có sở thích đó vậy?”

Bạn có thể nhận ra một công thức ở đây: Cô nàng khởi đầu cuộc trò chuyện với một ít thông tin có sẵn về anh chàng, trong đó khao khát được mọi người công nhận (thuộc phạm trù Danh Tiếng) của anh ta. Còn cô ấy thì khao khát Tình Yêu và hôn nhân. Thế là cô tham nhập thành công vào tâm trí của George bằng một chủ đề hấp dẫn liên quan đến mong muốn được công nhận của anh ta. Sự tương tác về mặt cảm xúc này ngay lập tức thiết lập nên sự chân thành và hấp dẫn nhau của hai phía. Nếu câu chuyện trên tiếp diễn, Dorothy sẽ dễ dàng khai thác được nhiều thông tin hơn về George như nghề nghiệp của anh ta,ước mơ làm chủ một cửa hàng bách hóa và mong muốn nhà mình rộng hơn để có chỗ chứa những chiếc đồng hồ cúc cu mà không bị người khác phàn nàn.

Bạn thấy đấy, cô nàng không nói nhiều về những gì mình muốn, mà cô ấy tập trung vào những điều anh ấy muốn nghe.

Không lâu sau đó, chàng George quyết định rằng nàng Dorothy chính là người phụ nữ của đời mình. Cô hiểu anh, và anh thì cảm thấy không thể xa cô dù chỉ một chút. Cô ấy thật khác biệt so với những người con gái khác. Rồi họ sẽ có một căn hộ mới của riêng mình, với hàng tá chỗ trống cho những chiếc đồng hồ cúc cu của tôi – chàng George reo trong hạnh phúc ngập tràn.

Thế là họ kết hôn.

Bạn nghĩ đó là tình yêu ngay từ cái nhìn đầu tiên ư? Nghĩ lại đi, phải gọi là tình yêu ngay từ câu nói đầu tiên mới đúng, nhờ vào sự thôi miên cảm xúc.

Bây giờ một câu chuyện khác. Giả sử Dorothy không phải là một cô gái trẻ trung đang tìm kiếm tình yêu, mà là một quý bà 45 tuổi, đang có một gia đình hạnh phúc với ba con. Bà Dorothy đến câu lạc bộ khiêu vũ để trông chừng cô cháu là con người chị gái của mình. Cô cháu này cỡ tuổi chàng George nhưng đã đính hôn với người khác. Khi đến làm quen với George, quý bà Dorothy bắt đầu bằng một câu hệt như ví dụ trước:"Tôi rất hân hạnh được biết anh. Bà bạn tôi có kể tôi nghe nhiều về sở thích kì lạ của anh."

Bạn nghĩ rằng George sẽ đáp lại chứ? Hiển nhiên là có, anh ta sẽ phản hồi, vì tử huyệt chủ đạo của anh ta là khao khát được mọi người công nhận. Anh sẽ chú ý ngay lập tức đến câu nói của Dorothy. Trong trường hợp này, có thể bà Dorothy làm thế với chủ đích gây ấn tượng tốt với anh ta, để ngày

mai bà sẽ được phục vụ tốt hơn ở cửa hàng tạp hóa của George, vì bà thường xuyên mua đồ ở đó.

Hoặc bà Dorohy là một nhân viên bán hàng đang đi tiếp thị sản phẩm là những cuốn sách về kĩ năng kinh doanh. Trong trường hợp này, bà ta không quan tâm gì đến những chiếc đồng hồ cúc cu, hôn nhân hay sự tử tế. Bà sử dụng câu nói" Tôi rất hân hạn được biết anh. Bà bạn tôi kể tôi nghe rất nhiều về sở thích kì lạ của anh" chỉ đẻ khiến cho George phải chú ý, Từ đó khởi đầu cho một cuộc trò chuyện thân mật mà trong đó, bà sẽ dễ dàng có cơ hội tiếp thị về những cuốn sách mình muốn bán.

Chàng George là một con người đầy cảm xúc; tâm trí anh ấy liên tuch bận rộn với mớ bòng bong những nhu cầu Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng. Nhưng chỉ một trong Bộ Tứ là nhân tố gây chú ý và là động lực lớn nhất của anh chàng. Một khi xác định được nhân tố này, bạn sẽ dễ dàng thâm nhập được tâm trí của George, khiến anh ta phải lắng nghe và làm những gì bạn muốn, Từ việc kết hôn cho đến yêu cầu phục vụ mình tốt hơn ở cửa hàng.

Con người luôn chịu sự chi phối của những nguyên nhân cảm xúc. Do vậy, họ chỉ nhìn thấy những gì mình muốn nghe. Họ không phản hồi những thứ mà không thôi miên cảm xúc của họ! Động cơ giao tiếp của mọi người trên quả đất này dù phức tạp thế nào cũng đều nằm đâu đó trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc – nội dung cốt lõi của Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Trong những phần kế tiếp, tôi sẽ chia sẻ và minh họa thuật thôi miên cảm xúc cho các bạn thông qua hàng trăm ví dụ về quyền năng của Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong giao tiếp hiệu quả.

Một khi bạn đã biết ứng dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trong cuộc sống, mỗi buổi sáng bạn thức dậy đều sẽ là khởi đầu cho một ngày thành công và hạnh phúc hơn. Câu chuyện sau đây về một người chủ nhà máy chịu tổn thất nặng nề chỉ vì một cái ống nước hỏng sẽ giúp ban mường tượng rõ hơn về các Tử Huyệt cũng như hiệu ứng kỳ diệu của sự thôi miên cảm xúc. Ông chủ nhà máy đã gọi điện thoại cho rất nhiều nhóm thợ ống nước đến sửa chữa, nhưng không một ai trong số đó tìm ra được chỗ hư để sửa. Cuối cùng, ông gọi cho một người thợ làm việc riêng lẻ. Anh ta mang theo một túi đồ nghề nom rất chuyên nghiệp. Người thợ này đi lên tầng ba của nhà máy, rồi lấy ra Tử túi đề nghề của mình một chiếc búa. Anh gõ một nhát bứa lên ống nước. Chỉ có thế, ống nước hết hỏng ngay lập tức.

Sau ngày hôm đó, anh thợ sửa ống nước gửi hóa đơn chi phí sửa chữa lên đến 100$ khiến ông chủ nhà máy rất tức giận. Ông ta gọi điện thoại cho anh thợ ống nước và phàn nàn " Anh ở đây có 10 phút, chỉ làm mỗi việc là gõ nhát búa vào ống nước. Có vậy mà hét giá trên trời những 100$! Nếu anh muốn tôi trả tiền, anh nên ghi rõ đơn giá Từng việc một anh làm ở đây để tôi còn biết mình trả nhiều tiền như thế vì cái gì chứ!" Người thợ ống nước soạn lại hóa đơn và gửi ông chủ nhà máy một lần nữa.
Trong đó ghi:"Tiền công gõ búa 1$. Tiền công biết đúng chỗ nào để gõ 99$. Tổng cộng 100$".

ổng chủ nhà máy vui vẻ trả tiền và trở thành khách hàng trung thành của anh thợ ống nước Từ đó.

Dù bạn đang trò chuyện, bán hàng hay quảng cáo, dù đối tượng của bạn là ai, bạn phải xác định được đúng chỗ để gõ, đúng nơi tử huyệt để khơi dậy những cảm xúc cần thiết cho cuộ giao tiếp.

Bạn sẽ nhận ra rằng thôi miên cảm xúc là một công cụ vừa có lợi nhưng cũng đồng thời thừa khả năng gây tai họa. Từ kẻ bất lương, sát thủ, người đĩnh đạc cho đến kẻ khoe khoang đều có thể dùng nó vì tư lợi. Đó là điều chắc chắn. Tuy nhiên, nó cũng là công cụ được dùng để mang ánh sáng văn minh đến cho nhân loại bởi những thầy tu, nhà truyền giáo, những người dạy học, các triết gia và những người tốt ở khắp mọi nơi.

Bạn được xem là "người tốt" khi và chỉ khi những lời ăn tiếng nói của bạn có khả năng truyền cảm hứng, giúp mọi người dám thể hiện quan điểm của mình!

Những niềm tin của chúng ta đều dựa trên một nền tảng là những nguyên nhân cảm xúc. Kể cả những người thi hành luật pháp cũng phải thừa nhận điều này.

FBI Từng truy nã một tên tội phạm cướp của vừa đào tẩu. Ngoài những đặc điểm nhạn dạng trên cơ thể, tên này còn nổi tiếng là một gã cao ngạo và tự đắc. Phạm vi truy nã được xác định là cùng phụ cận Cincinnati và lệnh truy nã kèm với hình ảnh được dán khắp nơi. Cuối cùng, các đặc vụ của FBI bắt được hắn ngay trước tòa nhà trụ sở cảnh sát trong lúc hắn đang đứng đó huênh hoang tự đắc về thành quả vượt ngục của mình!

Mỗi người đều có quan điểm và mô thức cảm xúc riêng biệt và mang tính cá nhân. Bằng cách quan sát và ghi chú một cách tinh tế những ngôn từ và hành động của mọi người, bạn sẽ dễ dàng thấu hiểu nhân tâm và trở thành bậc thầy về Thuật Thôi Miên Cảm Xúc – một kĩ thuật giúp bạn khám phá và nhận diện những động lực chủ đạo bên trong mỗi con người nhằm mục đích cải thiện và nâng cao hiệu quả giao tiếp giữa người với người.

Theo thời gian, bạn sẽ nhận thấy rằng chính cách mọi người phản ứng và lắng nghe chúng ta sẽ quyết định mức độ thành công, hạnh phúc và thịnh vượng của chúng ta trong cuộc sống. Với Thuật thôi miên cảm xúc, không có sự khác biệt giữa bảnh bao và thô kệch, bình thường và khuyết tật, ngơ ngác hay mặt dày, nói lắp hay mũi to…

Việc thành thạo kĩ năng thôi miên cảm xúc trong giao tiếp cũng đồng thời giúp bạn cải thiện và nâng cao sức sáng tạo, trí tưởng tượng, động lực làm việc và phong thái của mình cũng như hoàn thiện được tính cách và kĩ năng thuyết phục để thành công.

Nào, hãy cùng tôi khám phá quyền năng bất biến của Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong việc khiến cho mọi người phải lắng nghe và làm những gì bạn muốn nhé!

Chương 3

Chân dung các tử huyệt cảm xúc – bộ tứ khiến cho cả thế giới phải lắng nghe bạn

"Em rất xinh đẹp trong chiếc váy đó", ông Jackson nhận xét vợ mình.

Trong mắt những người thân, bạn bè và hàng xóm láng giềng, bà Jackson là một người tuyệt vời, một người mẹ tốt, một bà nội trợ đảm đang và là một phụ nữ tử tế. Tuy vậy, hãy nhớ, bà ấy vẫn luôn là một cá nhân bình thường với những cảm xúc rất con người!

Trước câu nhận xét của chồng, bà Jackson sẽ có thể có những phản ứng khác nhau tùy thuộc vào những yếu tố hoàn cảnh gắn liền với mô thức cảm xúc bên trong bà ấy!

Bà ấy có thể đáp lại rằng:" Cảm ơn ông xã. Giờ thì em biết chắc chắn đây chính là chiếc đầm em yêu thích nhất!"

Hoặc bà Jackson có thể phản hồi chua chát rằng:" Nhưng vẫn không đẹp bằng cô bạn Lottie của anh, đúng chứ?

Hoặc bà ấy trả lời rằng:" Anh nói thế vì anh biết đây là một chiếc đầm rẻ tiền thôi mà. Chứ em mà bỏ ra một đống tiền mua một chiếc đầm hàng hiệu sang trọng đúng nghĩa, hẳn là anh sẽ la làng lên như thể trời sắp sập!"

Cũng có thể bà Jackson sẽ cau mày, nắm chặt tay chồng, hôn lên tai ông thì thầm vào đó rằng:"Em biết anh đang rót mật vào tai em, nhưng em vẫn thích nghe anh dỗ ngọt như thế!"

Mỗi một câu trả lời phản ánh một cái nhìn khác nhau của con người thật bà Jackson. Nội dung khác nhau của chúng cho bạn thấy rằng chúng hoàn toàn không phải là những lời nói ngẫu nhiên.

Mỗi một câu trả lời đó là kết quả của một quá trình phức tạp suốt nhiều năm dài tháng rộng!

Tử thuở bé thơ đến nay, mỗi người chúng ta đã trải qua vô số những ngôn từ, hành động và hoàn cảnh khác nhau trong cuộc sống. Ngay từ khi sinh ra, chúng ta đã được di truyền một số đặc tính cảm xúc nhất định Tử cha mẹ.

Theo thời gian, những cuộc giao tiếp, những phản hồi và trải nghiệm mới tỏng cuộc sống khiến chúng ta phát sinh nhiều hơn những biểu hiện cảm xúc gắn liền với Bộ tứ tử huyệt cảm xúc bao gồm bản thân, tình yêu, tiền bạc và danh tiếng.

Bất chấp những nỗi sợ, hy vọng, thái độ và những khao khát rối rắm trong lòng mỗi chúng ta liên quan đến Bộ Tứ, lịch sử và thực tế cuộc sống đã chứng minh rằng một hoặc hai động lực trong bộ tứ chính là những lý do chủ đạo vì sao chúng ta luôn cảm nhận, phản ứng và hành động như thế chứ không phải thế khác. Động lực ấy trở thành tử huyệt cảm xúc lớn nhất của chúng ta để mỗi khi có ai hay sự vật nào đó tác động trúng vào nó, chúng ta ngay lập tức bị kích thích và phản ứng, lắng nghe, lo lắng, giận dữ, vui mừng, bực dọc hoặc trở nên ngoan cố.

Ví dụ sau sẽ minh họa rõ hơn cho bạn hiểu những gì tôi vừa nói.

Trong một buổi học của tôi, một bác sĩ nọ đứng lên phát biểu. Sau khi tự giới thiệu, ông kể cho chúng tôi nghe về một nam bệnh nhân béo phì Từng đến gặp ông để chữa trị. Giải pháp cho bệnh tình của ông này chỉ có thể là một chế độ ăn kiêng nghiêm ngặt. Sau khi kê đơn chế độ ăn kiêng cho bệnh nhân này – một người đàn ông béo bủng beo diện quần áo bảnh chọe và đắt tiền, vị bác sĩ đưa ra lời khuyên răn:"Hãy tuân thủ nghiêm ngặt chế độ ăn này và đừng khuất phục trước cám dỗ!"

Người bệnh nhân – mà tôi xin tạm gọi là ông X. – hứa sẽ làm theo bất kì điều gì bác sĩ dặn.

Vài tuần sau, ông X. quay lại phòng khám với tình trạng sức khỏe giảm sút hơn cả lần trước. Nhắm mắt cũng biết là ông ta đã không tuân thủ chế độ ăn kiêng.

Vị bác sĩ cảnh báo ông ta thêm một lần nữa nhưng vẫn vô ích.

Suốt bốn tháng sau đó, ông X. ra vào phòng mạch bác sĩ như cơm bữa. Vị bác sĩ bắt đầu nản:"Thưa ông X. nếu ông cứ tiếp tục ăn nhiều, lên cân và không tuân thủ chế độ ăn kiêng, tuổi thọ của ông sẽ bị rút ngắn đấy!"

"Có thể lắm chứ", ông X. đáp lại, " nhưng tôi quan niệm sống cho hiện tại và không thích lo lắng về tương lai. Tôi suy nghĩ chín chắn hơn nhiều người, và tận hưởng cuộc sống là đam mê bất tận của tôi. Ăn ngon mặc đẹp là thú vui sướng nhất của đời tôi, nhưng giờ tôi cũng sẽ cố gắng làm theo chế độ ăn kiêng ông đã đặt ra."

Gần một năm trời, vị bác sĩ mỗi lúc một thất vọng và chán nản hơn với trường hợp của ông X. Ông biết thừa tầm quan trọng của việc ăn kiêng đối với bệnh nhân lúc này, nhưng ông tự trách mình vì mãi vẫn không thể tìm ra một lí do thuyết phục để khiến ông X lắng nghe và làm theo.

Ông X trở lại phòng khám vào một buổi tối nọ với tình trạng sức khỏe gần như kiệt quệ.

Sau khi khám bệnh xong, bác sĩ yêu cầu ông X mặc áo vào. Ông gọi điện cho một nhà thuốc tây gần đó nhờ kê đơn cho ông X, để lát nữa ông X đến lấy thuốc.

“Đơn thuốc đó dành cho quý ông X”, bác sĩ nói chuyện trong điện thoại. “ Anh sẽ nhận ra ông ta ngay ấy mà, vì ông ấy mang theo toa thuốc của tôi. Trông ông ta không khác gì một con voi vì quá béo. Đó hẳn là con voi diện quần áo đẹp nhất mà tôi Từng thấy!”

Ông X. béo phì vô tình nghe thấy câu nói đó và ngưng mặc áo, chạy vội đến bác sĩ. “Khoan đã bác sĩ ơi”, ông ta van nài.” Làm ơn đừng ví tôi với con voi nữa! Lần này tôi sẽ nghiêm túc tuân thủ chế độ ăn kiêng của ông!”

Và sau đó ông ta ăn kiêng nghiêm túc thật!

Vì sao ư?

Vị bác sĩ đã cố gắng thuyết phục bệnh nhân của mình tuân thủ chế độ ăn kiêng bằng đủ mọi lí lẽ thôi miên cảm xúc khác nhau. Tuy nhiên, lí do “nếu ông cứ tiếp tục ăn nhiều, lên cân và không tuân thủ chế độ ăn kiêng, tuổi thọ của ông sẽ bị rút ngắn đấy…” – một lí do liên quan đến sức khỏe bản thân – không phải tử huyệt cảm xúc chủ đạocủa ông X. Bằng chứng là ông ta vẫn tiếp tục ăn uống vô độ và lên cân sau đó. Cuối cùng, giải pháp cho tình huống nan giải của bác sĩ hóa ra cũng chẳng liên quan gì đến tiền bạc hay tình yêu. Bằng phép loại trừ, câu trả lời chính là tử huyệt danh tiếng.

Kỳ thực, ông X. đã thể hiện vài dấu hiệu về tử huyệt danh tiếng của mình ngay từ cái nhìn đầu tiên: diện quần áo “bảnh chọe đắt tiền”. Trong suốt quá trình điều trị, ông ta cũng thể hiện những dấu hiệu khác cho thấy sự ám ảnh bản thân về tên tuổi và hình ảnh cá nhân của mình. Ông ta liên

tục khoe mẽ về những khả năng và thành tựu của bản thân chẳng hạn như câu nói "Tôi suy nghĩ chín chắn hơn nhiều người…"

Khi phân tích tình huống kĩ càng, bạn sẽ thấy như thể hai chữ "Danh Tiếng" đã được khắc ngay trên mặt ông X vậy.

Khi tử huyệt cảm xúc bị tác động chính xác nhờ Tử "Con voi", mà đầy đủ hơn là cụm từ "con voi diện quần áo đẹp nhất mà tôi Từng nhìn thấy", ngay lập tức những mối quan tâm khác trong đầu ông X bị phá vỡ, và tâm trí của ông bị thâm nhập tức thì. Lần đầu tiên trong suốt quá trình chữa bệnh, ông ta tự nguyện tiếp thu lời khuyên của bác sĩ và cố gắng tuân thủ chế độ ăn kiêng như đã hứa.

Khi đó, ông X bắt đầu diễn kịch lời khuyên của bác sĩ trên cơ sở những nhu cầu cảm xúc của bản thân mình!

Hãy nhớ, con người rất cứng nhắc!

Con người cũng như loài hổ báo, không dễ gì thay đổi bản năng cảm xúc cố hữu của mình!

Ngay từ thuở ấu thơ, mỗi chúng ta đã hình thành và lưu giữ cho mình những đặc tính cảm xúc riêng biệt gắn liền với bộ tứ tử huyệt cảm xúc. Chúng chính là những mẫu thức chung của giao tiếp, Tử trò chuyện cá nhân đến truyền thông đại chúng, vì chúng có tác dụng khơi gợi được phản ứng Tử bất kì ai. Muốn giao tiếp thành công, mỗi người chúng ta phải tìm được chính xác những Tử Huyệt Cảm Xúc giúp gắn kết bản thân mình với người nghe. Điều này áp dụng cả trong mối quan hệ giữa cha mẹ và con cái.

Bé Freddie nhõng nhẽo không chịu ăn phần ngũ cốc mẹ đã kì công dọn ra. Bà mẹ bắt đầu hết kiên nhẫn. Bà rất bận rộn vì còn có nhiều công việc quan trọng khác phải làm. “Thôi nào Feddie! Bột này rất ngon và tốt cho con. Con đã nhầy nhưa gần một tiếng đồng hồ rồi. Ăn đi nào. Mở miệng ra để mẹ đút thìa này cho con!”

Freddie vẫn tiếp tục lơ là, lấy ngón tay vẽ vời lên chiếc khăn trải bàn đầy màu sắc mà không chịu ăn.

“Thôi đi Freddie”, bà mẹ gằn giọng. “Nếu con không ăn hết phần ngũ cốc này, mẹ sẽ đánh đòn con. Con lớn rồi, mẹ sẽ bắt con quỳ gối và gõ mông thật đau. Đây là lần cuối cùng nhá. Mở miệng ra và ăn hết thìa bột này cho mẹ, không là mẹ đánh!”

Cậu bé Freddie sợ Bản Thân mình đau nên phản ứng ngay trước lời đe dọa của mẹ. Em ấy có thể nói ra hoặc nói thầm trong bụng, “Đừng đánh con! Đừng đánh con mà!” và bắt đầu ăn. Chỉ có cách vâng lời mẹ, cậu bé sẽ không bị đánh và chịu đau.

Khi Freddie lớn lên, những lời nói và hành vi của cậu sẽ thể hiện Tử huyệt bản thân ở cấp độ rõ ràng và sâu sắc hơn. Một trong những biểu hiện đó là tính cách hưởng thụ của cậu: chỉ thích làm những việc dễ dàng, sợ rủi ro và đau bệnh, sợ chấn thương và sợ chết, không thích bị ai căm ghét hay hận thù, dễ trở nên khinh xuất hoặc mất bình tĩnh mỗi khi xảy ra bất kỳ điều gì làm phương hại đến bản thân. Anh chàng này có niềm tin mãnh liệt vào tôn giáo và quan niệm rằng một giọt máu đào hơn ao nước lã.

Với những người có tử huyệt bản thân làm chủ đạo như Freddie, chúng ta có thể gọ là “Người Vị Kỉ!”

Có một loại "Freddie" khác không sợ lời đe dọa đánh đòn của bà mẹ như trên, vì cậu này Từng bị đánh đòn trước đó. Có thể cậu ta cũng chẳng thích bị đánh đòn, nhưng việc có bị đánh hay không chẳng làm cậu ta sợ hãi hay nao núng. Vì cậu thừa biết rằng bố mẹ chỉ dọa đánh để cậu ta vâng lời thôi, chứ chẳng mấy khi làm thật. Cậu ta thích thú với cảm giác được "trên cơ" người lớn, đòi bố mẹ phải cho quà mới ăn! Cậu ta biết mình là một đứa trẻ, nên cậu ta sẽ tiếp tục xử sự như một đứa trẻ, giống như bố vẫn thường hay dặn mẹ rằng:"Nó chỉ là một đứa trẻ còn nhỏ dại. Cứ chiều nó chứ đừng đánh!"

Thế là cậu nhóc liên tục lơ là, hí hoáy cái bàn ăn mỗi khi giờ ăn đến. Cậu cần phải biết chắc rằng mẹ mình đã chạm ngưỡng hết kiên nhẫn và sẽ cố gắng đút cho cậu thìa ngũ cốc to nhất có thể.

Quả thật như vậy, bà mẹ nói:"Nghe này Freddie! Nếu con ăn hết chỗ ngũ cốc này, mẹ sẽ cho phép con thức khuya thêm nửa tiếng tối nay để xem TV. Mẹ sẽ mua cho con một món đồ chơi mới khi chúng ta ghé cửa hàng."

"Thật hả mẹ?" Cậu "Freddie" này ngay lập tức khoái chí và ăn hết phần ngũ cốc của mình!

Cậu ta thích được thưởng. Về mặt cảm xúc, cậu ta thích được "trả công" cho mọi việc mình làm. Không còn nghi ngờ gì nữa, đây chính là mẫu thức cảm xúc của Freddie, sẽ song hành cùng cậu đến khi trưởng thành. Cậu ta mê thích và bị ám ảnh bởi Tiền Bạc: kiếm tiền, lấy tiền, giữ tiền, và cực kì sợ hãi mất tiền. Những chủ đề về tiền bạc, kinh tế quốc gia hay sự phung phí đặc biệt thôi miên cảm xúc cậu ấy. Ai mà nắm bắt được điều này sẽ dễ dàng "tiếp cận" và "lợi dụng" được Freddie, vì Tiền Bạc

chính là Tử huyệt của cậu ta, là thứ duy nhất khiến cậu ta phải chú ý và lắng nghe!

Giả sử nếu như cả lời đe dọa đánh đòn lẫn lời hứa tưởng thưởng của bà mẹ đều không làm cho Freddie vâng lời, vậy thì có còn cách nào khác để xử lí tình huống này?

Có chứ.

Có hàng triệu Freddie trên thế giới này mê đắm những gì liên quan đến tình yêu, tình cảm và sự lãng mạn.

Với một cậu bé còn quá nhỏ như Freddie thì có thể những nhu cầu về tình dục và những lời hứa về tương lai chưa phát huy được tác dụng. Nhưng chính những khao khát được thỏa trí tò mò hoặc tham gia vào những Trải Nghiệm Mới sẽ là động lực thúc đẩy chủ yếu của loại

"Freddie" thứ ba mà chúng ta đang nói đến. Có thể Freddie không chịu ăn ngũ cốc vì nó đã ngán đến tận cổ. Cậu đã phải ăn nó Tử ngày này qua ngày khác với cùng một kiểu ăn duy nhất đến chán phèo! Chúng ta sẽ thấy cậu nhóc Freddie này thử táy máy món ăn bằng một chiếc nĩa thay vì dùng thìa. Cậu bé sẽ chơi đùa với hình thù của mấy sợi mì và vẽ vời lên chiếc bàn ăn theo những cách thức mới mà cậu chưa thử bao giờ.

"Freddie, con có nhớ hồi mình ở sân bay, con đã rất thích thú với những chiếc máy bay to uỳnh bay lên bay xuống không?" – bà mẹ hỏi Freddie.

"Ực…dạ", Freddie vừa nhai ngũ cốc vừa đáp. "Con ước gì mình được đến đó lần nữa. Có rất nhiều máy bay ở đó, nhìn đã mắt quá mẹ ơi"

“ Con ăn thêm một thìa nữa nè, rồi chúng ta sẽ được đến đó ngay”. Bà mẹ vùi chiếc thìa vào ngũ cố rồi múc lên, giơ cao trước mặt Freddie. “Chiếc thìa này là một chiếc máy bay màu bạc óng ánh đang chở rất nhiều ngũ cốc. Con hãy há miệng ra, rồi con sẽ thấy chiếc máy bay này bay vù vào miệng con, vận chuyển ngũ cốc vào đó để con được ăn ngon.”

Cậu bé háo hức vâng lời.

Chính những phút chơi đùa ngoài lề đó đã tạo hứng khởi cho “Freddie”, giúp cậu ăn được một món ăn mà mình không thực sự thích. Trong phần lớn các trường hợp, cậu bé này thích tìm hiểu những điều mới lạ và độc đáo. Khi lớn lên, cậu ta sẽ có xu hướng thích cho đi hoặc trải nghiệm mới lạ. Do vậy, cậu ta cũng rất tò mò về người khác giới. Cậu ta bị hấp dẫn bởi những bí mật của Tình yêu lẫn người khác giới nhiều hơn người bình thường. Cậu ta thể hiện cá tính và sự độc đáo trong mọi việc mình làm, có khiếu về thẩm mỹ hoặc kĩ năng trình diễn, và có một “phong cách riêng”, một “thương hiệu cá nhân” không lẫn với ai được.

Vậy người như anh ta có sở hữu cả bốn loại tử huyệt cảm xúc?

Câu trả lời là có. Chúng gắn kết và liên quan lẫn nhau trong cậu ta tùy Từng hoàn cảnh và tùy vào mối quan hệ về mặt cảm xúc giữa Freddie mà chúng ta đang nói đến, Tình Yêu mới là Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của cậu ta. Những người nào nắm bắt được tử huyệt này của Freddie sẽ dễ dàng giao tiếp thành công với cậu, vì cậu là một “Người Lãng Mạn” – thuật ngữ chỉ những người có Tử Huyệt Tình Yêu làm chủ đạo!

Trở lại tình huống Freddie ăn ngũ cốc. Giả sử nếu cậu bé không phản ứng lại với tất cả những yêu cầu liên quan đến Bản Thân, Tiền Bạc và Tình

Yêu của bà mẹ, hiển nhiên là có lí do: Cậu bé hoặc đang bị bệnh nên không buồn ăn, hoặc còn quá nhỏ để phản ứng lại yêu cầu của bà mẹ, hoặc không hiểu bà mẹ nói gì, hoặc tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của cậu chưa bị tác động.

Dùng phép loại trừ, câu trả lời chỉ có thể là Tử Huyệt Danh Tiếng.

Cậu bé "Freddie" thứ tư sẽ mải chơi với món ăn, hào hứng xếp đống ngũ cốc thành năm khối bằng nhau và khoe cho mẹ xem. Bà mẹ nói:"Nhìn đồng hồ kìa Freddie! Nếu con có thể ăn hết chỗ ngũ cốc này trước khi cây kim giờ chỉ vào số sáu, mẹ sẽ nói với bà con là một em bé ngoan. Mẹ cũng sẽ khen con với dì Betty và bố con ngay khi bố đi làm về. Nếu con vâng lời mẹ, cả gia đình chúng ta sẽ rất tự hào nói rằng:'Freddie giỏi giang đã ăn hết được toàn bộ phần ngũ cốc trước sáu giờ! Hoan hô Freddie!' Con sẵn sàng rồi chứ? Một, hai, ba và ăn nào!"

Freddie, hoàn toàn bị thuyết phục bởi lời khen của mẹ, ăn lấy ăn để để chiến thắng cái đồng hồ!

Trong trường hợp này, Danh Tiếng chính là Tử Huyệt chủ đạo của cậu bé. Và tử huyệt này sẽ càng được biểu hiện rõ hơn sau những năm tháng Freddie đi học, khôn lớn và có nhiều trải nghiệm khác nhau trong cuộc sống. Cậu ta không ngừng tìm kiếm tiếng tăm, sự đảm bảo và công nhận Từ mọi người xung quanh. Cậu ta thích bình phẩm người khác nhưng lại không thích người khác chê bôi mình. Những ai dám làm tổn hại cái danh dự to xù của cậu ta chắc chắn bị trả đũa. Cậu cẩn thận với hình thức bên ngoài và rất nghiêm túc trong việc chọn bạn mà chơi. Cậu ta thích cường điệu sự việc và nhạy cảm với tên tuổi. Cậu thích được khen ngợi hoặc tôn vinh ở những nơi đông người. Cậu cũng có khiếu hài hước nhất định, nhạy

cảm với thi phi và cảm thấy bản thân mình giá trị hơn mỗi khi người khác hỏi ý kiến.

Chúng ta gọi anh chàng này là Người Vị Danh. Giống như phần lớn chúng ta, anh ta cũng sẽ có vài phần trong bản ngã là những Người Vị Kỉ, Người Lãng Mạn và Người Vị Lợi.

Vì sao bò vẫn hoàn bò

Nếu bạn đang đi dạo mát trên một đồng cỏ và nhìn thấy một loài động vật có vú, hau kêu "Um bò" và cho sữa, bạn sẽ gọi nó là con bò, không phải ngựa, không phải voi, không phải rắn hay thỏ.

Con vật đó có những đặc trưng của một con bò. Nó có vú, cho sữa và kêu "Um bò!"

Hãy lưu ý những đặc điểm đặc trưng này. Chúng giúp bạn nhận diện được mỗi cá nhân, và được biểu hiện rõ trên mô thức cảm xúc của họ.

Vậy điều này liên quan gì đến Tứ Huyệt Cảm Xúc mà chúng ta đang bàn luận?

Một học viên của tôi đang làm việc cho một công ty quảng cáo. Anh ta được tham gia thực hiện một chiến dịch quảng cáo của công ty nhằm mục đích thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ quảng cáo của mình. Vị khách hàng quan trọng được nhắm đến là ông chủ của một công ty chuyển phát nhanh. Phần trình bày của chiến dich quảng cáo được đầu tư rất công phu về tiền bạc, thời gian, nội dung và tranh ảnh minh họa. Sau hai lần đến tận công ty chuyển phát nọ để giới thiệu dịch vụ, Ralph – tên cậu học viên của tôi – và sếp của cậu vẫn không thể thuyết phục ông P. – vị giám đốc công ty chuyển phát nhanh – chọn dịch vụ quảng cáo của công ty mình.

Ông sếp của Ralph chán nản và muốn bỏ cuộc. Nhưng Ralph thì không.

Cầm tập hồ sơ trình bày công phu trên tay mình, Ralph quyết định đi nói chuyện mặt đối mặt với ông P. Sau một cái bắt tay chiếu lệ, anh nói ngay với vị giám đốc của công ty chuyển phát:"Thưa ông P. tôi xin mạn phép hỏi ông điều này!"

"Anh muốn hỏi gì?" ông P. đáp lại với vẻ khó chịu.

Với đôi lông mày nhô cao và đôi mắt nhìn thẳng vào ông P., Ralph hỏi:"Ông có muốn dẫn dắt công ty mình trở thành doanh nghiệp đứng đầu trong nghành công nghiệp vận chuyển và chuyển phát?"

Đôi mắt tối tăm lạnh lùng của ông P. bỗng chốc bừng sáng long lanh, và ông nhoẻn miệng cười.

Cậu học viên của tôi vừa một thân một mình làm nên kì tích.

Sau câu hỏi đó, sự chân thành cởi mở giữa hai bên được thiết lập ngay lập tức. Việc duy trì sự quan tâm của ông P. trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Một thời gian ngắn sau đó, hợp đồng chính thức giữa hai công ty được kí kết và Ralph được thưởng lớn nhờ thành quả đó.

Làm thế nào mà điều đó có thể xảy ra?

Nó đã xảy ra khi vẻ lạnh lùng thô cứng của ông P. đã bị xuyên thủng thành công chỉ sau vài giây trò chuyện với Ralph. Thẳm sâu trong tâm trí bận rộn của vị giám đốc "sắc sảo và tiết kiệm chi li đến Từng đồng" này là một tham vọng cháy bỏng trong việc phát triển và nâng tầm vị trí công ty

mình trên thị trường. Vì ông là chủ doanh nghiệp, nên Tiền Bạc chính là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của ông cũng như nhiều doanh nhân khác.

Ngay khi câu hỏi của Ralph thâm nhập thành công vào tâm trí ông P., thái độ của ông thay đổi hoàn toàn và ông bắt đầu mở lòng đón nhận những gì Ralph sắp trình bày. Ông đang rất quan tâm tìm kiếm một kế hoạch hoàn hảo và khả thi nhằm giúp công ty bành trướng tên tuổi hơn nữa trong ngành công nghiệp chuyển phát!

Và bản kế hoạch đó – đã được công ty của Ralph xây dựng dưới dạng một chiến dịch quảng cáo – được trình bày cho ông xem sau đó.

Dù chỉ mới xem xét nội dung trình bày và lắng nghe phần diễn giải của Ralph, ông P. đã có cảm giác như thể mình trở thành "Ông hoàng ngành chuyển phát"

Ralph đã nói với ông P. những gì ông muốn nghe, khiến ông quan tâm và khao khát dịch vụ của công ty anh hơn nữa!

Bạn có nhận ra một điều thú vị ở đây chưa?

Những người càng khôn ngoan, họ càng lắng nghe chăm chú một khi bạn khai phá được đúng Tử Huyệt cảm xúc của họ - thứ sẽ giúp gắn kết chặt chẽ chủ đề và người nghe.

Nhưng để khai phá được đúng tử huyệt cảm xúc của người khác, chính bạn cũng phải học cách lắng nghe và quan sát tinh tế.

Hãy nhớ, mèo vẫn hoàn mèo. Sinh ra là con bò thì mãi mãi là con bò chứ không thể là mèo hay bất kì con gì khác. Do vậy, Con Người thì mãi là Con Người, mãi luôn bị chi phối bởi cảm xúc.

Cũng như con bò hay con mèo, con người không thay đổi những đặc tính cảm xúc cố hữu của mình bất kể chúng mãnh liệt hay yếu ớt thế nào. Chỉ cần được tác động đúng cách vào đúng nơi và đúng thời điểm, con bò sẽ cho sữa. Tương tự, chỉ cần được tác động đúng cách vào đúng nói tử huyệt cảm xúc trong thời khắc thích hợp, con người, thậm chí một nhóm người đông đảo sẽ tự nguyện lắng nghe và hồi đáp những gì bạn muốn!

Tử Huyệt của tất cả chúng ta

Mỗi người trong chúng ta đều có một điểm yếu chết người, một tử huyệt cảm xúc trong một chủ đề bất kì. Có những khao khát, thái độ, ước muốn hoặc nỗi sợ hãi có thể khiến chúng ta dễ sơ sảy và tổn thương hơn bao giờ hết.

Khi đó, chúng ta sẽ rất dễ bị thuyết phục hoặc xiêu lòng, kể cả khi chúng ta đã cố che giấu điểm yếu.

William, một học viên của tôi, nộp đơn ứng tuyển vào vị trí trợ lí tổng giám đốc của một tập đoàn quy mô vừa sau khi đọc một mẩu tin tuyển dụng trên báo. Trong cuộc tuyển dụng này, các ứng viên cạnh tranh nhau rất khốc liệt. Chưa kể, một yếu tố bất lợi khác nữa là ngay cả ông tổng giám đốc vẫn đang phân vân không biết mình có thực sự cần đến một trợ lí không.

Trong cuộc phỏng vấn đầu tiên, ông ta nói với William:"Tôi thực sự không cần một trợ lí. Sức khỏe tôi rất tốt. Tôi đã một tay gây dựng cơ đồ này, và người duy nhất nghĩ tôi không nên ôm đồm hết mọi việc là vợ tôi.

Nhưng như tôi đã nói" ông ta nhấn mạnh, "tôi không e ngại việc phải có mặt ở văn phòng mười bảy tiếng mỗi ngày để hoàn tất công việc."

Ngay lúc đó, William tin rằng anh đã khám phá ra suy nghĩ cũng như "tử huyệt" của vị chủ tịch này.

"Thưa ông, tôi xin mạn phép được nói điều này. Ông nhắc tôi nhớ đến một lời khuyên Tử vị bác sĩ đã khám sức khỏe cho tôi hồi năm ngoái."

"Ông ta đã khuyên anh điều gì?"

"Ông ấy hỏi tôi rằng" William trả lời một cách nhã nhặn, " Anh có biết 60% tổng số tài sản của Hoa Kỳ nằm trong tay các góa phụ?"

Vị tổng giám đốc nọ phản ứng ngay lập tức. Trong vòng nửa phút, ông ta im bặt đến nỗi William có thể nghe âm thanh của Từng giây đồng hồ tích tắc trôi qua. Sau đó, "người đàn ông làm việc mười bảy giờ đồng hồ mỗi ngày" này mỉm cười.

"Anh quả là một người sâu sắc và hiểu chuyện" ông ta nói, "và tôi thích anh rồi đấy"

Sau đó, hai người họ có một cuộc nói chuyện khác vào ngày Thứ Tư kế tiếp. Hai tuần sau, William khoe với tôi về chức vụ mới của cậu ấy: chức "Trợ lí tổng giám đốc"

Câu nói về "60% tổng số tài sản của Hoa Kì đang nằm trong tay các góa phụ" đã tác động trực tiếp vào mối quan tâm về bản thân và tiền bạc – những tử huyệt cảm xúc chủ đạo của vị tổng giám đốc nọ! William đã ngay lập tức khiến cho ông ta phải suy nghĩ: " Trời, mình làm việc cực khổ chỉ để vợ yêu của mình trở thành góa phụ sao?Có lẽ mình nên dành nhiều thời gian hơn cho gia đình và hưởng thụ cuộc đời trong lúc mình còn sống. Mình thực sự cần một trợ lí!"

Tử huyệt cảm xúc thực sự quan trọng với tất cả chúng ta, bao gồm cả người phụ nữ sau.

Nhận dịp kỉ niệm " Ngày của cha" sắp đến, cô S. quyết định mua một chiếc cà vạt mới cho chồng. Vào cửa hàng, cô nhìn thấy hàng trăm chiếc cà vạt đủ màu sắc đẹp như nhau cùng với hàng tá những dòng chữ miêu tả kế bên như "sang trọng..", "Tuyệt vời..","Hàng nhập khẩu" hoặc chất liệu tơ tằm 100%"

Cô ấy bèn lên tầng bốn và nói một nhân viên bán hàng: "Ông xã tôi khó tính lắm. Ông chê bai bất cứ thứ gì tôi mua!"

Anh nhân viên này bèn chỉ cho cô xem một loạt cà vạt đẹp. Cô nhìn qua nhìn lại vài ba chiếc nhất định."Thưa cô", anh nhân viên bán hàng nói, "chồng cô chắc chắn sẽ khen vợ vì gu thẩm mỹ tinh tế của cô khi cô đưa cho anh ta chiếc cà vạt này!"

Cô cảm ơn anh ta và quyết định mua chiếc cà vạt anh đề xuất!

Một phụ nữ khác, cô J., đã đi ra đi vào đến ba cửa hiệu chỉ để tìm một cái cà vạt ưng ý cho bố cô. Vào cửa hiệu nào cô cũng than câu giống nhau:"Bố tôi toàn đeo cà vạt đắt tiền, nhưng trong túi tôi chỉ có hai đô-la thôi."

Không người nào quan tâm đến câu nói của cô J. trừ một nhân viên bán hàng nọ. Hiểu ý cô, người này đáp lại, "Không sao thưa cô, tôi sẽ chỉ cô xem vài chiếc cà vạt chỉ hai đô-la nhưng đẹp và sang trọng không thua gì hàng hiệu đắt tiền."

Chỉ sau đó vài phút, cô J. đã chọn mua được một chiếc cà vạt ưng ý cho bố mình.

Hai người phụ nữ trên đi mua cà vạt với những động cơ cảm xúc khác nhau, được tiết lộ thông qua lời nói và tử huyệt cảm xúc của họ.

Động cơ của cô S. liên quan đến Danh Tiếng; của cô J. là Tiền Bạc. Đây là những động cơ quan trọng khiến họ cất công đi mua cà vạt chứ không đơn thuần là “Nếu tôi không mua quà cho họ dịp Ngày của cha, họ sẽ không đếm xỉa gì đến tôi trong Ngày của mẹ sắp tới.”

Trong cả hai tình huống trên, mỗi người phụ nữ đều được một người bán hàng chu đáo hồi đáp bằng những lời đảm bảo, giúp cho việc mua bán được thành công.

Chúng ta giao tiếp với người khác lẫn chính mình trong mọi mối quan hệ.

Luôn luôn có một động cơ cá nhân nào đó kích thích những hành vi và suy nghĩ của chúng ta trong mọi tình huống, dù chỉ là khi chúng ta đang giao tiếp, mua hàng hay tham vấn nhà băng.

Trong một ngân hàng nọ, một phụ nữ trung niên với mái tóc màu nâu vàng đang dè dặt ngồi vào ghế để được giao dịch viên tư vấn.”Tôi có thể biết mình sẽ có bao nhiêu tiền trong tài khoản sau kì hạn tháng này?” Bà ấy vừa nói vừa lấy ra Tử trong bóp mình một cuốn sổ tiết kiệm.

Người giao dịch viên lớn tuổi đầu bạc gật đầu, mở quyển sổ tiết kiệm xem trang đầu tiên rồi quay số điện thoại. “Xin chào, anh hãy cung cấp cho tôi số tiền trong tài khoản tiết kiệm của bà L. sau khi tài khoản này đến kì hạn nhé! Số tài khoản của bà L. là LL198532.”

Chỉ trong vài phút, ông ấy cung cấp cho bà L. những thông tin mà bà muốn biết.

Bà L. cảm ơn ông:"Ông vừa làm một việc khiến tôi rất hài lòng khi giao dịch với ông", bà nói. "Khi ông hỏi thông tin cho tôi, ông gọi tôi bằng tên chứ không phải bằng số tài khoản như những giao dịch viên khác. Tôi luôn muốn người ta gọi mình như thế"."Tôi có hai tài khoản khác trong một nhà băng ở dãy phố bên cạnh. Mỗi khi tôi yêu cầu thông tin về tài khoản của mình, họ chỉ luôn gọi tôi bằng số tài khoản chứ không dùng tên. Ông thực sự là người tốt bụng và chu đáo. Trong mấy ngày tới, tôi sẽ chuyển hai tài khoản kia qua bên đây hết" bà L đứng lên ra về.

Quả thật ba ngày sau, bà chuyển toàn bộ hai tài khoản có giá trị 22.000$ Tử nhà băng kia sang nhà băng này – nơi có giao dịch viên đã ân cần gọi bà băng tên chứ không bằng số!

Kì thực, người giao dịch viên đó cũng là người tôi quen. Một tháng sau câu chuyện trên, tôi được gặp ông.

"Cậu còn nhớ người nữ khách hàng mà tôi đã gọi bằng tên chứ không bằng số mà tôi Từng kể cậu nghe chứ?"

Hiển nhiên là tôi nhớ.

"Sau ấy bà ấy có kể tôi nghe về người chồng đầu tiên của bà. Họ đã ly dị và ông ấy đang ở trong tù."

Người phụ nữ ấy bước vào nhà băng vì chuyện cá nhân. Lúc người giao dịch viên gọi bà ấy bằng tên chứ không phải bằng số, tâm trí bà ấy được thâm nhập ngay lập tức và bà đã rất cảm kích dù người giao dịch viên chỉ làm tốt công việc của mình chứ không có ý gì khác.

Bà ấy đã lắng nghe và phản ứng theo cách riêng của mình, vì sự ân cần của người giao dịch viên vô tình gợi cho bà ấy nhớ về những trải nghiệm cảm xúc mà bà Từng có với chồng mình.

Bạn đã rút ra được bài học cho mình thông qua câu chuyện trên:Chỉ vài lời thôi miên cảm xúc của một nhân viên đã giúp nhà băng có thêm 22.000$? Chắc chắn là phải có rồi.

Mỗi người chúng ta đều có quá khứ đầy ắp những trải nghiệm cảm xúc với nhiều người khác nhau, mà đặc biệt là người yêu hay chồng hoặc vợ mình. Chúng ta đã từng ít nhiều trải qua những phản ứng xúc cảm tốt lẫn xấu Tử những lời nói và hành động đã thâm nhập tâm trí chúng ta.

Cả những người khác –những người làm việc cho chúng ta, song hành cùng chúng ta hoặc chống lại chúng ta – cũng Từng có những trải nghiệm tương tự.

Ở Phoenix bang Arizona, một phụ nữ nọ gọi điện cho một anh thợ sửa mái nhà đến lắp mái mới cho nhà của cô. Người thợ hoàn tất công việc của mình và nhận thù lao. Một thời gian sau, cô nhóm lửa trong bếp lò để nấu ăn. Chỉ chưa đầy hai mươi phút sau, toàn bộ ngôi nhà ngập trong khói và cô chủ nhà phải gọi cứu hỏa. Kết quả điều tra cho thấy nguyên nhân vụ việc là do anh thợ đãng trí, quên lắp ống khói trở lại sau khi hoàn tất mái nhà cho cô này!

Vâng, dù chúng ta là anh thợ sửa mái nhà hay người phụ nữ ở nhà băng, tâm trí chúng ta luôn bị phân tán, đầy những mối bận tâm và lo toan của cuộc sống. Không một ai có thể khiến chúng ta phải lắng nghe trừ phi

những ngôn từ và hành động của người đó chạm được vào Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc bên trong chúng ta.

Chúng ta là những con người, những sinh vật sống bằng cảm xúc.

Chúng ta thích được gọi bằng tên chứ không phải bằng số, dù chồng trước của chúng ta có đi tù hay không!

Giải mã sự khác biệt giữa chúng ta

Trong mọi mối quan hệ của cuộc sống, Tử xã giao cho đến bán buôn, Tử tình yêu đến hôn nhân, vai trò tác động của thôi miên cảm xúc là không thể chối cãi. Sự thôi miên cảm xúc khi được định hướng đúng sẽ giúp bạn thôi miên được bất kì ai, làm cho đối phương phải lắng nghe mình và kích hoạt được những kết quả như mong muốn.

Để hiệu quả thực sự, sự kích hoạt đó cũng phải được thực hiện đúng lúc và ở đúng nơi tạo cảm xúc.

Vào một ngày mùa thu nọ ở thành phố Boston, tôi đang ở trong một cửa hàng thời trang nữ với một chị nhân viên bán hàng đang chán nản thì bất chợt, một nữ khách hàng trẻ trung xinh đẹp bước vào. Cô ấy nom chừng tuổi dậy thì là cùng. Cô đến cửa hàng để tìm kiếm một chiếc áo choàng mới được quảng cáo trên một tờ báo buổi sáng.

Cô trình bày thẳng thắn với người bán hàng:"Có thể trông tôi hơi trẻ, nhưng thực chất tôi đã hai mươi mốt tuổi rồi!"

Chị nhân viên bán hàng nhún vai, bước tới một dãy áo và nói, "Yên tâm. Tôi sẽ chọn cho cô một cái áo thật đẹp. Hôm nay chúng tôi cũng vừa có vài mẫu mới để khách hàng chọn lựa."

Suốt hơn hai mươi phút sau đó, cô gái trẻ đã mặc thử hơn bảy bộ cánh.

Trong khi đó, tôi thì đang chờ đợi một nam tiếp thị viên của cửa hàng. Anh ta đến nơi và thấy tôi đang rất quan tâm đến tình huống đang diễn ra giữa hai người nữ khách hàng trẻ và chị bán hàng.

Tôi cười và yêu cầu anh ta cùng mình tiếp tục quan sát câu chuyện.

Chị bán hàng bắt đầu mất kiên nhẫn với người nữ khách hàng hai mươi mốt tuổi.

Chị ta kêu một người bán hàng khác đến để tiếp cô gái thay mình. Người bán hàng thứ hai – sau một hồi mang thêm mấy bộ quần áo mới cho cô gái thử - cũng nản đến nỗi cầu cứu viên quản lí nhà hàng.

Anh bạn tôi – người nhân viên tiếp thị - ngồi bên tôi và nói:” Đó chỉ là loại khách đi xem hàng thôi chứ không định mua. Cô ta chỉ khiến chúng tôi mất thời gian!”

Tôi lắc đầu.”Tôi thừa nhận có những khách hàng như vậy thật”, tôi nhấn mạnh,”nhưng không phải cô gái này. Cô ấy sẽ vui vẻ mua hàng nếu các anh chị nói được mấy điều cô ấy muốn nghe!”

“Cô ta muốn nghe điều gì chứ?” anh bạn tiếp thị viên của tôi giễu cợt.

“Tôi tin rằng cô ấy muốn nghe ai đó nói rằng chiếc áo choàng len màu xám mà cô ấy đang mặc, cũng như bất kì bộ cánh nào khác trong cửa hàng, sẽ giúp cô ấy trông già giặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!”

“Già hơn ư?Làm sao mà…”

“Cứ thử đi rồi biết.” tôi hối thúc anh bạn tiếp thị viên.”Rồi anh sẽ thấy”

Với một nụ cười ngơ ngác, anh bạn tôi gia nhập câu chuyện đang diễn ra giữa những người bán hàng và cô khách hàng trông trẻ hơn tuổi thật của mình.

Anh bạn đó trước đây cũng Từng là nhân viên bán hàng. Anh khiến cho mọi người ở đó bàng hoàng khi ngay lập tức hỏi cô gái;" Cái áo choàng xám cô đang mặc không hợp với cô tí nào!" anh ta nhanh chóng ước lượng cỡ áo, sải bước thật nhanh đến dãy áo nọ và lấy ra chiếc áo choàng xanh lá cây với những họa tiết mạnh mẽ. "Đây chính là chiếc áo dành cho cô", anh hùng hồn tuyên bố và đưa ngay chiếc áo cho cô gái, "Nó sẽ giúp cô trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!"

Người nữ khách hàng nhìn chằm chằm anh bạn tôi hơn cả nhìn cái áo. Cô thử ngay chiếc áo, xoay người hai lần rồi đứng trước gương, cô gật đầu, "Đây chính là chiếc áo tôi cần. Tôi sẽ mua nó".

Những người bán hàng ngay lập tức mắt chữ A, mồm chữ O.

Chị bán hàng đầu tiên bước ra, tỏ vẻ hờn dỗi và nói:"Cái áo đó đắt hơn năm đô-la so với những chiếc áo khác cô à", chị ta nghiến răng với vẻ cáu kỉnh. "Nếu hồi nãy tô biết cô thích một chiếc áo hàng hiệu như thế này thi…"

Chính tôi cũng nín thở lúc đó.

Anh bạn đáng thương của tôi đã vớ nhầm dãy áo hàng hiệu vì không biết cách bài trí sản phẩm trong cửa hàng này.

"Ồ, không sao", người nữ khách hàng cười lớn. "Tôi thích chiếc áo này, nên có đắt hơn vài đô cũng vẫn đáng! Cho áo vào hộp giúp tôi nhé."

Sau đó, tôi và anh bạn ăn trưa cùng nhau và tranh luận về những gì đã diễn ra.

Đầu tiên, một mẩu quảng cáo trên báo đã xui khiến cô gái trẻ đến cửa hàng quần áo. Đó cũng là lúc sự xui khiến dừng lại!

Bạn đã thấy, nếu những người bán hàng ngày hôm đấy không nói được trúng tử huyệt cảm xúc của cô gái, họ đã mất đi một khách hàng tiềm năng. Trên thực tế, qua nhiều giao dịch buôn bán lẽ ra có thể thành công đã bị đánh mất bởi người bán hàng thiếu kĩ năng thôi miên cảm xúc. Bán hàng cũng là một hình thức giao tiếp, vì chúng được thực hiện bởi con người. Nơi đâu có con người, nơi đó sẽ có những cảm nhận và phản ứng cảm xúc khác nhau được khơi gợi bằng những hành động và ngôn từ của họ. Đôi khi chỉ một câu nói vô tình cũng đã hé lộ cho bạn biết đích xác tử huyệt cảm xúc của đối phương nằm ở đâu trong bộ tứ:

“Có thể trông tôi hôi trẻ, nhưng thực chất tôi đã hai mươi mốt tuổi rồi!”

Một câu tự giới thiệu thoáng qua của cô gái nhưng nó đã thể hiện được góc nhìn xúc cảm của cô.

Có thể động cơ mua hàng của cô ấy xuất phát từ suy nghĩ thường gặp của cánh mày râu hoặc một bạn trai nào đó đại loại rằng:”Cô ấy rất xinh đẹp và dễ thương, nhưng tôi không thích đi bên cạnh một cô nàng trông trẻ con!”

Hãy lưu ý đến những hoàn cảnh chung quanh cuộc sống của bạn.

Mặc dù tất cả chúng ta đều chịu sự chi phối của bộ tứ tử huyệt cảm xúc, nhưng đôi khi bạn vẫn cần có một sự hiểu biết thấu đáo và cụ thể đối phương để thành công.

Lý do vì sao mà anh bạn tiếp thị viên của tôi chưng hửng khi tôi yêu cầu anh ta dùng Tử già dặn với người nữ khách hàng là vì nó trái với suy nghĩ thông thường, rằng hầu hết chúng ta đều sợ già và mong muốn mình trông trẻ hơn tuổi – một tử huyệt bản thân được khai thác rất phổ biến trong các quảng cáo dành cho phụ nữ. Nhưng cô gái này không thuộc số đông đó, cô đã trưởng thành nhưng lại trông trẻ hơn tuổi thật của mình. Do vậy, việc tác động vào ước muốn được già dặn hơn cũng như nỗi sợ trẻ của cô mới là phương án hiệu quả trong trường hợp này. Riêng với cô gái này,mối bận tâm về hình thức hẳn là xuất phát từ một động cơ thuộc phạm trù tình yêu.

Lúc cô gái ấy đi mua áo, cô đã rất lo âu về yêu cầu khác người của mình. Nên khi đối diện với chị bán hàng, cô lại chọn cách hành xử theo danh tiếng thay vì nói thẳng ước muốn được già dặn hơn của bản thân.

Cô thực sự mong muốn người bán hàng nhận ra và đáp ứng được nhu cầu cảm xúc thầm kín của mình. Câu nói “Nó sẽ giúp trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!” đã làm được điều đó, nên vấn đề Tiền Bạc gần như không còn quan trọng!

Cảnh giác với phán đoán ban đầu

Đôi khi những hành vi và lời nói của bạn khiến cho người đối diện có một phản ứng vội vàng, thiếu suy nghĩ, một ấn tượng hay một sự “phán xét chớp nhoáng” không thực sự đúng với thực tế.

Hãy thận trọng!

Một khi được trang bị những kiến thức về bộ tứ tử huyệt cảm xúc, bạn hoàn toàn có thể "xem mặt mà bắt hình dong chính xác".

Như chúng ta sẽ thấy trong những phần kế tiếp, những câu trả lời vội vàng và phán quyết chớp nhoáng cũng là những phản ứng cảm xúc trong giao tiếp. Chúng thậm chí tiết lộ cho bạn biết động cơ thực sự vì sao đối phương làm thế này mà không làm thế khác.

Có một ông thầu xây dựng nọ đang bực tức.

Đã sáu tháng trôi qua mà vị khách hàng tên H. vẫn chưa thanh toán tiền công cho ông. Ông thầu đã viết rất nhiều lá thư gửi ông H. mà trong đó, ông đã dùng đủ mọi lí lẽ Tử nhắc nhở, năn nỉ cho đến đe dọa kiện ra tòa, nhưng ông H. vẫn không hồi âm hay thanh toán tiền công. Ông thầu chuyển qua dùng điện thoại và hai lần gọi được cho vợ ông H. Trong cả hai lần bà vợ đều trả lời đại loại là:"Ông H. hiện tại cũng đang gặp khó khăn tài chính. Xin ông hãy kiên nhẫn, chắc chắn ông nhà tôi sẽ thanh toán đầy đủ chi phí cho ông."

Ông thầu chờ mãi vẫn không nhận được một sự hồi âm trực tiếp Tử ông H.!

Đến một ngày nọ, cậu con trai 18 tuổi của ông thầu đề nghị :"Bố ơi, nếu bố có thể khiến cho ông H. nhớ lại là ông ấy đang nợ tiền bố, biết đâu ông ấy sẽ thanh toán tiền công cho mình trước các khoản nợ khác của ổng!"

"Ôi con trai", ông thầu thở dài,"bố phải làm sao thì ông ta mới nhớ đấy"?

Cậu con trai, vốn có khiếu hài hước, đề nghị bố mình tiếp tục gửi thư nhắc nhở cho ông H. nhưng kèm trong thư là một tấm hình gia đình mình. Đó là một tấm ảnh chụp ông thầu cùng vợ, cậu con trai và hai cô em gái nhỏ. Bên dưới tấm ảnh, ông thầu ghi:" Năm con người này là Năm lý do vì sao tôi đang cần tiền gấp!"

Quả thực, tấm ảnh gợi nhớ về gia đình đã lay động tâm trí ông H. Ông có ngay một "phán đoán ban đầu" cho tình huống và gửi thư trả lời ngay lập tức.

Trong lá thư của mình, ông H. cũng gửi kèm một tấm ảnh chụp một phụ nữ tóc nâu mặc đồ bơi bó sát gợi cảm. Dưới tấm hình, ông viết:" Đây là lí do vì sao tôi chưa có tiền trả cho ông ngay lúc này!"

"Tuyệt vời bố à", cậu con trai ông thầu hí hửng, "Đây là lần đầu tiên bố nhận được thư hồi âm Tử ông H. mà, đúng chứ? Cuối cùng bố cũng đã gây được ấn tượng trong đầu ông ấy. "Cậu con trai chỉ vào tấm ảnh người phụ nữ tóc nâu và nói, "lần tới, mỗi khi ông H. muốn chi tiền cho cô bồ nhí đào mỏ này, ông ta sẽ phải nghĩ đến năm lý do vì sao mình phải trả tiền cho bố." Cậu nháy mắt với bố " Còn nếu ông ta vẫn không trả, ông ta phải biết rằng chúng ta hoàn toàn có thể gửi tấm ảnh này cho vợ ông ta!"

Những tiên đoán của cậu con trai ông thầu hoàn toàn chính xác.

Ngay sau đó, ông H. đã nghiêm chỉnh thanh toán toàn bộ số nợ và yêu cầu hai bố con ông thầu trả lại tấm ảnh!

Lá thư yêu cầu thanh toán tiền nợ thông qua một bức ảnh gia đình – một yếu tố thuộc phạm trù bản thân – đã tạo ra một chuỗi hiệu ứng cảm xúc. Nó phá vỡ sự im lặng của ông H., tạo một ấn tượng mạnh mẽ trong

đầu ông và khiến ông ta buộc phải trả lời ngay bằng thư tay kèm theo tấm ảnh bồ nhí.

Hầu hết chúng ta đều đã từng ít nhiều có những khoảnh khắc thiếu suy nghĩ như thế trong đời. Khi chúng ta "làm trước-nghĩ sau", nghĩa là chúng ta đang có một điều gì đó rất "bức bối" trong tâm trí. Trừ những lúc tâm trí rỗng không, bất kì thứ gì tồn tại trong tâm trí chúng ta trong mọi lúc mọi nơi đều có mối liên hệ với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc.

Bộ tứ quyền lực này chi phối tất cả chúng ta bất kể chúng ta làm nghề gì. Chúng quyền lực đến nỗi kể cả con người đang làm những công việc lí trí bậc nhất thế giới cũng phải chào thua, như trong câu chuyện sau đây.

Trong tờ báo Lyons Den của mình, nhà báo Leonard Lyons đã viết một chuyên mục kể câu chuyện để đời về mấy tay thám tử Chicago – những người đã phải ôm hận vì chính những phán quyết thiếu suy nghĩ của mình còn hơn là ông H. xấu hổ về cô bồ nhí!

Một người đàn ông tên "Champ" Segal Từng làm quản lí cho vận động viên quyền anh Carles"Phil"Rosenberg, nhà vô địch hạng ruồi của thế giới. Trong thời điểm cuộc chiến chống buôn lậu ở Chicago đang dầu sôi lửa bỏng vào thời của Capone, những thám tử này bất ngờ chặn bắt "Champ" ở ngay sảnh khách sạn nơi ông ta ở.

Cho rằng ông ta chính là kẻ khả nghi, các thám tử nhanh chóng lục soát khắp người Segal một cách bài bản. Trong một túi áo của Segal, họ tìm thấy một danh thiếp được in chữ như sau:

CHARLES "PHIL"ROSENBERG NHÀ VÔ ĐỊCH THẾ GIỚ HẠNG RUỒI

Các thám tử ngay lập tức bối rối, “Xin lỗi, Charlie. Chúng tôi nhầm.”

Họ ngay lập tức bỏ đi mà không chú ý đến Segal, người có chiều cao hơn một thước tám và nặng hơn 90kg!

Tấm danh thiếp đã kích hoạt một “cảm nhận” Danh Tiếng trong các thám tử, khiến họ bối rối và phán đoán thiếu suy nghĩ đến nỗi không thèm để ý đến mâu thuẫn giữa tấm danh thiếp và kích cỡ thật của người đàn ông mình đang lục soát!

Bí kíp đọc thấu suy nghĩ của đối phương

Chúng ta không giống nhau.

Trong cùng một tình huống hay câu chuyện, mỗi người chúng ta lại có một cách phản ứng khác nhau và riêng biệt.

Renee, một cô nàng đã ly dị chồng, nói tiếng anh với một chất giọng Pháp vui tươi và mặc một chiếc đầm xanh lam rất hở hang khêu gợi. Ngày hôm đó, cô kể câu chuyện cười cho năm người bạn – gồm ba phụ nữ và hai người đàn ông – cùng nghe trong một bữa tiệc cocktail.

Hai trong số ba người phụ nữ đã có gia đình, một trong hai người này không hạnh phúc trong hôn nhân. Người phụ nữ thứ ba 39 tuổi, ước ao kiếm được một tấm chồng tử tế vì đã quá mệt mỏi với những cuộc hẹn hò cưa cẩm không kết quả.

Một trong hai người đàn ông đã góa vợ. Ông này thể trạng khá yếu ớt nhưng lại rất ham vui. Ông còn lại thì không chịu nổi bà vợ quá quắt ở nhà

đã chung sống cùng mình trong 14 năm, nên hiện giờ đang ngoại tình với.. chai whisky của mình.

Rene kể câu chuyện về một bác sĩ tâm thần nọ đang điều trị cho một nữ bệnh nhân. Cô này khăng khăng rằng mình có đến bốn ông chồng và yêu cả bốn ông vì những lí do khác nhau. Điều thú vị là các ông chồng này không hề biết nhau. Cô bệnh nhân này bảo mình chưa bao giờ ly dị một ai, đã chung sống hòa thuận với cả bốn ông lần lượt trong hai ngôi nhà riêng và hai căn hộ chung cư. Cô ấy đã duy trì" trò chơi tình ái" được ba năm; và giờ thì cô thực sự cần được giúp đỡ. Trong lúc cô vẫn đang bận rộn sắp xếp thời gian cũng như những cái cớ hợp lí để tiếp tục cuộc sống kỳ lạ đó, cô đã cảm nắng một anh chàng thứ năm, và người này cũng yêu và muốn cưới cô. Anh chàng này là ông chủ một công ty chuyên cung cấp dịch vụ tìm người lạc. và như thường lệ, anh ta không biết gì về những ông chồng thứ nhất, thứ hai, thứ ba và thứ tư của cô.

Cô nàng Renee 33 tuổi sôi nổi hoạt bát, vừa kể chuyện vừa kịch tính hóa câu chuyện bằng những cử chỉ, biểu cảm sinh động trên khuôn mặt và những động tác lắc lư khêu gợi. Ngoài mặt, cả năm vị khán giả đều tỏ ra chăm chú lắng nghe và cười sảng khoái với câu chuyện của Renee.

Nhưng bên trong, mỗi người họ lại đang có những suy nghĩ rất khác nhau.

Việc Renee đề cập đến một ông bác sĩ tâm thần khiến bà vợ đang không hạnh phúc trong hôn nhân nhớ đến chồng mình; bà đang tự hỏi không biết có nên đưa chồng đi khám tâm thần hay không. Ngay sau suy nghĩ vẩn vơ này, bà ta lại nghĩ:"Ai đã làm tóc cho Renee mà đẹp thế?Mình phải hỏi cô ấy mới được"

Còn người phụ nữ đang hạnh phúc trong hôn nhân thì nghĩ:" Không thể tin nổi trên đời này lại có hạng phụ nữ như thế, chung chạ với những bốn ông chồng một lúc? Chẳng phải một đã là quá đủ rồi sao? Dù gì đi nữa, Rene cũng nên cẩn thận với những cử chỉ của mình. Rồi sẽ có ngày cái áo đầm xanh đó gây rắc rồi cho cô ta!"

Còn bà chị độc thân thì thở dài ngao ngán:"Cô này "ẵm" được tến tận bốn chàng trai, còn mình chẳng vớ được dù chỉ một ông!"

Quý ông góa vợ thì không thể tưởng tượng nổi làm sao mà một người phụ nữ có thể thỏa mãn nhu cầu và chăm lo cho được cả bốn ông chồng cùng một lúc. Ngoài ra, ông ta cũng để ý đến Từng cử chỉ kéo áo khơi gợi của Renee và ước mình được trẻ lại hai chục tuổi để có thể "vui vẻ" cùng cô nàng.

Người đàn ông còn lại thì đã say chuếnh choáng. Ông ta lặng lẽ thở dài: Renee có thể là một cô nàng hấp dẫn để "rước về dinh", nhưng chỉ được một thời gian, thế nào cô ta cũng trở nên lôi thôi lếch thếch và quá quắt như bao bà vợ khác. Ông ta nốc thêm một ngụm whisky, lầm bầm rằng ở với chai rượu vẫn sướng hơn, vì chai rượu "không biết đay nghiến"!

Bằng một cái nháy mắt tinh nghịch, Renee kết thúc câu chuyện bằng một câu nói không thể buồn cười hơn, còn năm vị khán giả ồ lên một tràng cười sảng khoái.

Nhưng thực ra, có phải tất cả bọn họ đều thích câu chuyện?

Không hề.

Bao nhiêu người có thể kể lại câu chuyện đó. Hai là cùng.

Bao nhiêu người sẽ kể lại nó cho người khác? Chắc chỉ có một.

Bạn đoán ra nhân vật nào trong số năm người đã lắng nghe câu chuyện chăm chú Tử đầu đến cuối, nhưng sẽ không kể lại cho người khác?

Chính là người phụ nữ chưa chồng, người đã quá mệt mỏi với việc tìm kiếm một tấm chồng xứng đáng. Tử đầu đến cuối, chị này đã bị tác động mạnh mẽ về mặt cảm xúc – một tác động buồn chứ không vui – bởi yếu tố Tình Yêu trong câu chuyện về một phụ nữ sở hữu đến bốn ông chồng nhưng chưa ly dị lần nào, đã vậy còn có cơ may vớ được thêm một chàng trai thứ năm.

Vậy thì có phải tất cả những người phụ nữ độc thân ba mươi chín tuổi giống chị ta đều có tử huyệt cảm xúc chủ đọa là tình yêu như thế?

Câu trả lời là không.

Tôi chia sẻ câu chuyện trên chỉ để chứng minh thông điệp rằng một nhóm người bất kì luôn được làm nên bởi nhiều cá nhân. Những cá nhân này sở hữu những điểm mạnh và điểm yếu cảm xúc khác nhau liên quan đến bản thân, tiền bạc, tình yêu và danh tiếng của mình.

Mặc dù mỗi người sẽ có phản ứng khác nhau đối với cùng một câu chuyện hay tác nhân kích thích, tất cả họ chỉ phản ứng khi và chỉ khi những yếu tố thuộc bộ tứ tử huyệt cảm xúc đủ mạnh để xé toạc cảm xúc của họ.

Chúng ta luôn là một phần của nhiều kế hoạch, bài hát, câu chuyện, chiến dịch quảng cáo, chiến dịch bán hàng, những cuộc thất tình hoặc những sự ngạc nhiên thú vị trong cuộc sống. Chúng ta cũng là những người viết chuyện, diễn giả, người quan sát, người đọc và người nghe. Vô số những mong ước, hy vọng và lo toan về bản thân, tình yêu, tiền bạc và

danh tiếng luôn luôn tồn tại trong chúng ta. Chúng cũng luôn hiện hữu bên trong những người nghe, đối tượng và khán giả của chúng ta.

Thi thoảng, một sự thôi miên cảm xúc nào đó lại tác động đặc biệt mạnh đối với một cá nhân nhất định hơn là những người khác.

Có những khi chúng ta chẳng thể nào tìm hiểu được thông tin gì về đối tượng, người nghe hoặc độc giả của mình cho đến khi được tiếp xúc trực tiếp với họ. Nếu chúng ta chỉ giao tiếp trên truyền hình, video, báo chí, tạp chí, quảng cáo hay truyền thông nói chung, chúng ta sẽ chẳng bao giờ nhìn thấy hay gặp được những khách hàng, độc giả và khán giả của mình. Đây cũng là một lí do vì sao thuật thôi miên cảm xúc phải đóng vai trò trung tâm trong mọi cuộc giao tiếp thành công của bạn.

Chúng ta đều biết rằng con người luôn bận rộn. Chúng ta đã biết, rằng những thông điệp của mình chỉ có thể "đến" được với người nghe khi chúng ta tác động vào Tử Huyệt Cảm Xúc của họ thích hợp của họ. Chúng ta xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc của người nghe nhờ vào Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc – những nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc luôn khiến con người phản ứng bằng cách này hay cách khác.

Vì sao? Thôi Miên Cảm Xúc là một hoạt động điều khiển hay xui khiến người khác phải lắng nghe bạn – cả những thông tin có thật lẫn sự mơ hồ lãng mạn.

Những nỗi sợ hãi, hy vọng , nhu cầu, thái độ và lo lắng chính là những điểm mạnh và điểm yếu của chúng ta về mặt cảm xúc. Vì những cá nhân khác nhau, chúng ta sẽ phát sinh nhiều phản ứng cảm xúc khác nhau kể cả khi chúng ta thuộc cùng một nhóm đối tượng hay khán giả.

Một nữ cộng tác viên nọ viết bài gửi cho ban biên tập tạp chí Living Magazine. Trong đó cô nhận xét về những khán giả đến xem rạp như sau:

“Sẽ là lý tưởng nếu như tất cả khán giả đều háo hức với thứ tình yêu trên phim”, cô gái này viết “ Thế nhưng, thực tế mỗi người trong số họ rất khác nhau : một cậu bé 14 tuổi cho rằng tình yêu là bậy bạ; một cặp đôi cùng 21 tuổi yêu nhau say đắm suốt bộ phim; một bà chị ế chồng 35 tuổi đang mất dần hy vọng vào tình yêu; một bà mẹ 42 tuổi nghiện công việc. Nào, cứ thử yêu cầu họ đánh dấu và ghi nhớ những trích đoạn họ yêu thích nhất và những thứ họ không thích nhất trong bộ phim, rồi bảo họ trả lời câu hỏi: “ Bạn nhớ được bao nhiêu lời thoại trong trích đoạn đó?”.

Câu trả lời chắc chắn là rất ít. Thế nhưng dù khác biệt nhau đến đâu chăng nữa, những khán giả này vẫn cùng sở hữu những bản năng và cảm xúc tương tự nhau trên khía cạnh cá nhân lẫn tập thể. Tất cả họ đều có phản ứng với bộ phim kể cả phản ứng đó không thể hiện rõ ràng ra bên ngoài!

Tử thủo khai thiên lập địa đến nay, Bộ Tử Huyệt Cảm Xúc đã luôn là những tác nhân phá vỡ sự mất tập trung và củng cố giao tiếp giữa người nói và người nghe, giữa nhà văn và độc giả, giữa diễn viên và khán giả, giữa thầy và trò trong mọi hoàn cảnh và tình huống. Chúng là phương cách cơ bản giúp bạn tiếp cận người nghe và gắn kết với họ về mặt cảm xúc. Bất kể người nghe của bạn có là một người, một nghìn người, một triệu người hoặc hơn, bạn phải tôn trọng và ưu tiên những thái độ cảm xúc của họ nhiều hơn là của bạn nếu bạn muốn họ lắng nghe mình.

Chuyện về “ Câu đố của Homer” sẽ giúp bạn sáng tỏ siều này.

Ở đất nhước Hi Lạp cổ đại xa xăm có một người tên Homer. Ông ta rất tự hào về bản thân bởi khả năng giải đáp được hầu như mọi câu đố và những vẫn đề hóc búa nhất trên đời. Vì vậy, ông được công chúng ghi danh là một trong những học giả uyên bác nhất thành Hi Lạp.

Hiển nhiên sự tôn vinh đó hiến Homer rất hãnh diện.

Một ngày nọ, Homer nhận được một câu đố như sau: " Những ngư dân lên thuyền đi đánh cá. Thứ họ bắt được họ ném đi. Những gì họ không bắt được họ giữ lại. Đó là thứ gì?''.

Homer trầm tư suy nghĩ, nhưng nghĩ mãi không ra câu trả lời. Suốt nhiều năm trời ông ta phân tích câu hỏi bằng nhiều cách, thậm chí thực nghiệm bằng việc lên thuyền đi đánh cá cùng những ngư dân địa phương.

Danh tiếng của Homer bị tổn hại. Các học trò của ông bắt đầu mất niềm tin vào sự thông thái của ông. Thật không may, chính Homer cũng mất niềm tin với chính mình và qua đời trước khi giải được câu đố bí ẩn đó:

" Những ngư dân lên thuyền đi đánh cá. Thứ họ bắt được họ ném đi. Những gì họ không bắt được họ giữ lại. Đó là thứ gì?''.

Câu trả lời là: "CHẤY RẬN!"

Homer mất tất cả danh tiếng chỉ vì không giải được câu đố cỏn con. Còn ngày nay chúng ta có thể mất tất cả danh tiếng , tiền bạc, tình yêu, mạng sống và thậm chí hạnh phúc cả đời nếu chúng ta không giải mã được những bí ẩn về Cảm Xúc của đối phương.

Có thật là chúng ta có thể điều khiển được những phản hồi của người khác đối với những ngôn từ và hành động của chúng ta trong gia đình, trong hôn nhân, trong các mối quan hệ cá nhân, quan hệ công việc cũng như trong chuyên môn nghề nghiệp?

Hoàn toàn có thể, một khi chúng ta nắm bắt được các góc nhìn cảm xúc của bản thân và người khác trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc.

Chúng ta sẽ làm được một khi tìm ra được nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc chủ đạo có tác dụng phá tan mọi sự phân tán và gắn kết Chủ Đề giao tiếp với Người Nghe.

Chúng ta bắt đầu bằng việc khám phá Từng Tử Huyệt Cảm Xúc một.

Đầu tiên sẽ là Tử Huyệt Bản Thân!

Chương 4

Vận dụng Tử Huyệt Bản Thân trong
Thuật Thôi Miên Cảm Xúc

Lúc đó đã là giữa khuya, phân nửa khách khứa trong hộp đêm đang mắt nhắm mắt mở để chuẩn bị ra về thì người chủ xị bất ngờ mời đến một vị khách đặc biệt: “ Xin giới thiệu với mọi người, một SÁT THỦ ĐẾN TỪ BROOKLYN!”.

Tất cả mọi người tỉnh ngủ và im thin thít, quên mất rằng lúc đó đã quá trễ. Mọi con mắt của họ bắt đầu đổ dồn về phía một người đàn ông với khuôn mặt bợm trợm, mũi nhọn và đôi mày rậm lông. Ông ta bước ra với tay phải giấu kỹ trong túi áo khoác trông rất bí hiểm.

Người đàn ông bỗng đứng thẳng người, lôi tay khỏi túi áo và nở một nụ cười.

“Tôi là sát thủ đây”, ông ta nói, “ một SÁT THỦ DIỆT GIÁN! Tôi công tác trong lĩnh vực diệt côn trùng và diệt sâu bọ đã gần được hai mươi năm. Tên tôi là….”

Chỉ trong vòng chưa đầy mười giây, câu nói “Xin giới thiệu với mọi người, một SÁT THỦ ĐẾN TỪ BROOKLYN” - được gia cố thêm bởi biểu cảm và cử chỉ hầm hố của người đàn ông nọ - đã thâm nhập tâm trí của tất cả khách khứa trong hộp đêm bằng cách đánh động Tử Huyệt Bản Thân của họ, khiến họ đổi ý không về nhà nữa dù lúc đó đã quá giờ đi ngủ!

Ví dụ thứ hai được lấy Tử một chương trình phát thanh của một buổi chiều nọ: Một nhà phê bình văn học mở đầu một buổi bàn tròn bằng câu nói “ Có khi nào bạn muốn đưa nôi em bé nhà mình BẰNG MỘT CÁI GẬY ĐÁNH BÓNG CHÀY?”

Mèng ơi!

Tất cả các bà mẹ và nhiều nhười khác đều rùng mình và khiếp vía khi nghe câu nói trên đài!

Một bà mẹ tôi quen cũng nghe trương trình phát thanh này. Cô ấy kể rằng mình nghe thấy câu hỏi gây sốc ấy lúc đang ủi quần áo. Phản ứng của

cô khi đó là ấn mạnh cái bàn ủi và gật đầu lia lịa vì em bé bảy tháng tuổi của cô lúc đó cứ quấy khóc mãi trong nôi đến phát bực!

Một học viên của tôi Từng bắt đầu một buổi trò chuyện trong lớp bằng cách lấy ra một túi giấy. Cậu ta lắc mạnh cái túi ba bốn lần.

" Trong chiếc túi này" cậu ta trình bày, " chứa đựng nhiều giây phút thư giãn , không khí trong lành và sức khỏe tốt. Nếu có sức khỏe tốt bạn có thể sống thọ đến hai mươi năm so với tiềm năng hiện tại của mình. Tuy vậy, điều thú vị là", cậu học viên của tôi nhấn mạnh, " toàn bộ những gì chứa trong túi này có giá không đến năm cent!".

Tất cả những người khác trong lớp học đều tò mò và chăm chú nhìn cậu học viên này mở chiếc túi ra và đổ nó lên tay trái của mình.

"Hạt bồ câu!" cậu ta nói lớn. "Bạn dùng chúng để nuôi chim bồ câu. Nuôi bồ câu là sở thích của tôi. Ngay bây giờ tôi sẽ giải thích cho các bạn vì sao sở thích này rất thú vị và tốt cho sức khỏe mọi người".

Toàn bộ những người xung quanh đều háo hức được nghe tiếp bởi tính chất Thôi Miên Cảm Xúc của phần trình bày này!

Tử Huyệt Bản Thân hiện hữu trong mỗi cá nhân cũng như mọi khán giả.

Trong một đêm mưa gió, cô R đi trên một chuyến xe buýt đang hướng đến một khu dân cư mà cô chưa bao giờ đặt chân đến. Cơn mưa mỗi lúc một lớn hơn. Rủi thay cô chẳng mang theo dù, áo mưa hay bất kể thứ gì có thể để che mưa.

Cô R đưa một tờ đô-la cho tài xế và nói rằng: “Anh có thể dừng lại ở đường số 55 được chứ?”

Bác tài vừa thối tiền cho cô vừa đáp: “Xem này, tôi sẽ đến đó nếu tôi nhớ. Mỗi lần thay đổi lộ trình là tôi phải quan sát đường sá rât kỹ và phải luôn luôn giữ chân ở thắng, như thế chẳng dễ dàng gì. Chưa kể đây lại là một đêm mưa gió bão bùng và ngoài cô ra còn có năm người khác cũng muốn tôi lái về nhà họ. Như tôi đã nói, tôi sẽ đến nếu tôi nhớ!”

Cô R có hoàn toàn có thể để mặc bác tài xế tự quyết định và hi vọng ông ta sẽ nhớ. Nhưng nếu ông ta không nhớ, cô sẽ bị trễ một cuộc hẹn quan trọng, hoặc phải xuống xe ở một nơi xa lạ và ướt như chuột lột vì dầm mưa đi bộ.

“ Tôi nói, anh hãy chở tôi đến đường Số 55”, cô R mạnh bạo yêu cầu người tài xế. “ Họ đang đào đường phía trước, nếu anh không chạy chậm và dừng lại ở đường Số 55, anh có thể gây tai nạn!”

Sau đó, cô khoan thai trả tiền đi xe vào hộp đựng tiền và trở lại chỗ ngồi của mình.

Đó là một bác tài dày dặn kinh nghiệm, đã từng qua lại con đường đó nhiều lần và biết chắc rằng ở đó không hề có đào đường. Nhưng trước lời yêu cầu quyết đoán của cô R, ông quên cả trạm dừng của các khách trước và làm theo lời cô R… Ông thực sự giảm tốc độ lúc gần đến đường Số 55.

“ Đã đến đường Số 55 thưa cô”, ông nói, “ nhưng tôi đâu có thấy người ta đào đường như cô nói đâu?”

Cô R cảm ơn ông, xuống xe và không trả lời. Câu nói đánh động vào Tử Huyệt Bản Thân của bác tài – nỗi sợ gây tai nạn, thương tật hoặc tử

vong- đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ điều khiển tâm trí bận rộn của người tài xế lão làng nhằm giúp cô đạt được mục đích!

Nhiều học viên trong lớp của tôi đã hỏi cô R về lý do vì sao cô lại phải dùng đến Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trong trường hợp này, cô trả lời rằng: “Tôi làm như thế với bác tài đó vì không muốn phải dầm mưa, làm ướt chiếc áo khoác và chiếc nón hàng hiệu đắt tiền tôi mới mua và mặc lần đầu ngày hôm đó. Những hành khách khác trên xe yêu cầu bác tài chở đến tận nơi vì nhiều lý do khác nhau, nhưng tựu chung là họ cũng không muốn bị ướt mưa, nên tôi phải ra tay thôi!”

Bạn thấy rồi đấy! Chúng ta là những cá thể khác nhau về mặt cảm xúc, cụ thể là những cảm nhận về “đúng” và “sai”!

Giống như ba loại tử huyệt kia, Tử Huyệt Bản Thân sẽ giúp bạn xui khiến được người khác phải lắng nghe, cảm nhận và hành động đúng như ý bạn muốn nếu nó được vận dụng hợp lý. Nó gắn kết chặt chẽ với những nỗi sợ, hy vọng, ước muốn của con người trong phạm vi những thái độ của chúng ta về sự hài lòng, sự an toàn thoải mái, hiểm nguy, đau đớn, bệnh tật, sức khỏe, chấn thương, hoặc cái chết.

Tử Huyệt Bản Thân cũng gắn liền với tình yêu thương giữa cha mẹ và con cái, giữa chủ và thú cưng cũng như các mối quan hệ bao bọc lẫn nhau khác. Ngay cả khao khát tự do, nỗi sợ tù túng, những khía cạnh về niềm tin giao tiếp cũng như tôn giáo cũng thuộc nhu cầu Bản Thân của mỗi người.

Để tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của người khác, chúng ta thuyết phục họ bằng những lợi ích như cuộc sống lâu hơn hay thọ hơn, có một

cuộc sống thoải mái tiện nghi hơn, đơn giản hóa mọi công việc hoặc được vui chơi nhiều hơn làm việc.

Giả sử bạn là một người nội trợ.

Bạn thừa biết việc làm một chiếc bánh táo thì mất bao nhiêu thời gian và công sức. Bạn phải chuẩn bị bột bánh, đi mua táo rồi mang táo về rửa, gọt vỏ và cắt miếng. Khi nguyên liệu đã được chuẩn bị xong và công thức đã sẵn có, bạn đặt bánh vào lò nướng rồi vặn lò. Làm bánh táo là một công việc nghiêm túc thực sự, và nó tốn nhiều giờ liền để hoàn tất!

Một ngày nọ, bạn nhìn thấy một mẩu quảng cáo trên một cửa hàng nọ, hoặc một người bạn kể cho nghe về một dụng cụ trộn bột bánh mới với bốn chữ hấp dẫn " CHỈ CẦN CHO NƯỚC" – đúng ngay điều bạn cần khiến cho Tử Huyệt Cảm Xúc của bạn bị tác động.

Bốn chữ này đã làm cho hàng triệu bà nội trợ vui vẻ bỏ tiền mua sản phẩm. Điều thú vị là tác động của chúng lên khách hàng nam cũng không nhỏ.

Chỉ cần vài ba chữ chứa đựng một sự Thôi Miên Cảm Xúc về mặt Bản Thân thật lớn là đủ giúp các nhà kinh doanh thu hàng triệu hàng tỉ đô-la nhờ bán dụng cụ làm bánh, nước ngọt, kem, gel vút tóc , sơn, thuốc nhuộm tóc, bột xà phòng, nước xúc miệng, keo dán và nhiều những thứ khác.

Họ tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của bạn để thuyết phục bạn mua hàng!

Đó là Tử ngữ có khả năng truyền tải một cách nhanh chóng và hiệu quả những thông điệp và cảm xúc tích cực đến với người tiêu dùng rằng sản phẩm giúp họ tiết kiệm được thời gian, công sức và hạn chế tối đa rủi

ro hay rắc rối. Trong trường hợp bà nội trợ làm bánh kể trên, kể cả khi bà ấy có đang phân vân rằng gia đình mình có đồng ý cho mình bỏ tiền mua bộ dụng cụ làm bánh đó hay không (một yêu cầu liên quan đến Danh Tiếng), " Chỉ cần cho nước" vẫn có thể tạo một động cơ và phản ứng xúc cảm Bản Thân đủ mạnh để bà ấy mua sản phẩm dùng một lần cho biết.

Là con người, những cảm xúc bên trong thôi thúc chúng ta tìm kiếm sự hài lòng về sản phẩm hơn là bản thân sản phẩm. Đây là lý do vì sao ngành quảng cáo cũng như giao tiếp con người nói chung không bao giờ cạn ý tưởng mới có hàng nghìn nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc có thể được khai thác nhằm truyền tải những dịch vụ, sản phẩm và con người vào trong tâm trí người nghe, người yêu tiềm năng của bạn nói riêng và khách hàng tiềm năng nói chung.

Khi chúng ta mua một thanh kẹo sô-cô-la, chúng ta sẽ phản ứng ngay theo bản năng của Bản Thân.

Chúng ta mở giấy gói và cắn một miếng đầu tiên.

Chúng ta vừa nhai vừa nghĩ trong đầu: "Um. Mình đang thưởng thức thanh kẹo này… Um. Có vị giống như caramel… giờ là những hạt đậu phộng và phần nhân gắn kết thành kẹo…?"

Không hề, chúng ta không bao giờ suy nghĩ dài dòng như vậy!

Nếu chúng ta có cảm nhận về thanh kẹo, đó là những cảm nhận rất ngắn gọn như: "Um. Ngon quá" hoặc "Tuyệt vời" hoặc " Thật là vừa miệng!"

Chúng ta mua thanh kẹo để thỏa mãn một nhu cầu. Có lẽ vì chúng ta đang đói bụng, muốn lót dạ, buồn miệng hay "thèm một cái gì đó ngọt ngọt".

Khi sản phẩm thực sự thỏa mãn nhu cầu của chúng ta, chúng ta cảm thấy vui vẻ và phấn chấn hơn!

Một ông cụ nọ Từng thành công trong việc vận dụng Tử Huyệt Bản Thân lên những người trẻ hơn mình nhiều tuổi.

Ông Y tám mươi tuổi có một ngôi nhà cổ đã xuống cấp ở làng quê. Nó nằm cách thị trấn ba trăm dặm và rất cần được sơn phết lại. Những bậc thềm nhà thì lung lay, còn phần hiên nhà thì quá hẹp đến lỗi không đủ chứa ba người trở lên cùng một lúc. Về mặt thời gian, căn nhà này "già" gấp đôi chủ nhân của nó. Ông cụ liên hệ với một công ty bất động sản nhờ giúp ông giao bán căn nhà này.

Đã nhiều tháng trôi qua kể từ đó.

Các nhà môi giới bất động sản đã thuyết phục được hơn hai mươi lăm khách hàng đến thăm quan căn nhà cụ Y, nhưng không ai muốn mua vì nó quá tồi tàn. Giá nhà đưa ra rất hợp lý, nên ông Y cho rằng hẳn là có thiếu sót gì đó trong cách chào nhà của mấy tay môi giới.

Cụ Y đặt quảng cáo bán nhà lên hai tờ báo lớn của thành phố và nhận được sáu cuộc gọi. Trước khi nói chuyện với vị khách tiềm năng đầu tiên, ông xem kỹ lại những đặc điểm nổi bật của căn nhà nhằm phục vụ cho việc thuyết phục. Điểm hấp dẫn của căn nhà lại chính là cái hiên nhỏ: nó nằm ở một vị trí thuận lợi đến nỗi có thể đón trọn vẹn nắng Tử sáng đến chiều.

Hầu hết dân mua nhà bên Mỹ đều ưa chuộng nhà có nhiều ánh sáng mặt trời vì chúng tốt cho sức khỏe, nên câu đầu tiên cụ Y nói với những khách hàng tiềm năng của mình là: "Ngôi nhà này chỉ dành cho những ai sống lâu trăm tuổi!"

"Tại sao?" các vị khách hàng đều hỏi lại.

Vì cái hiên nhỏ trước nhà đón được nhiều thước vuông ánh sáng mặt trời hơn bất kỳ nơi nào khác trong tiểu bang này!"

Chỉ trong vòng vài ngày, bốn trong sáu khách hàng tiềm năng của cụ Y đã quyết định mua căn nhà!

Cụ Y không bán những bậc thềm lung lay, những mảng tường tróc nứt hay cái hiên nhỏ. Chẳng ai thèm những thứ đó cả. Ông cụ đã thành công nhờ biết chắc rằng phần lớn các khách hàng của mình đều khao khát có sức khỏe tốt và được sống lâu - Tử Huyệt Bản Thân của hầu hết chúng ta.

Thứ đầu tiên ông bán chính là những tia nắng mặt trời, cuối cùng mới đến giá nhà. Cả ông cụ và khách hàng đều hài lòng với giao dịch này!

Đứng ở góc độ bản thân, hầu hết chúng ta đều sợ tuổi già. Do đó, sức khỏe tốt và sự trường thọ khiến chúng ta khao khát và hãnh diện.

Một cụ bà 101 tuổi ở Winnipeg, Canada nhìn thấy một nhà hàng treo tấm biển như sau:

U ƯU ĐÃI CHỈ TRONG NGÀY HÔM NAY
MIỄN PHÍ CHO TẤT CẢ THỰC KHÁCH TRÊN 70 TUỔI
ĐI CÙNG VỚI BỐ HOẶC MẸ

Cụ bà mím môi về nhà để rủ cô con gái Mary 77 tuổi cùng trở lại nhà hàng. Họ gọi những món đặc sản ngon nhất và đắt nhất, và người chủ nhà hàng dù rất sửng sốt nhưng vẫn phải phục vụ họ hoàn toàn miễn phí đúng như đã ghi trên tấm biển!

Ước muốn được sống lâu hơn và đẩy lùi cái chết luôn là những yếu tố gây tác động mạnh mẽ lên cảm xúc con người.

Một người đàn ông nọ đang đọc một cuốn sách mói về những thống kê vui trong cuộc sống. Ông ta gãi đầu một chút và quay về phía vợ mình.

"Em nghe thống kê này xem Maggie, vui lắm nè", anh chồng bảo. "Cứ mỗi khi chúng ta thở ra, ở đâu đó lại có một người vừa qua đời."

"Nghe thật buồn cười", cô vợ Maggie đáp. "Vậy mỗi khi anh thở, làm ơn đừng phì vào chỗ tôi đang đứng nhé!"

Cái chết là một sự thật hiển nhiên của cuộc sống dù không ai muốn.

Chúng ta sợ chết và nhiều người trong chúng ta đã từng thấy người chết, nhưng chúng ta không bao giờ dám tưởng tượng mình sẽ chết ra sao bất kể chúng ta đã già hay đang còn trẻ.

Tôi Từng được nghe câu chuyện về một người phụ nữ lớn tuổi nọ mắc bệnh tim và cần được phẫu thuật gấp. Trông bà ấy khống có vẻ gì sợ hãi cuộc phẫu thuật, vì bà đó biết rằng đó là một việc cần thiết. Bà ấy chỉ sợ bị gây mê.

Mỗi khi được đưa vào phòng mổ, bà ấy lại run sợ không dám nhắm mắt ngủ vì sợ. Cũng vì bệnh tim trầm trọng của bà nên bác sỹ không dám thúc ép hay mạnh dạn phẫu thuật cho bà trong tình trạng đó. Thế là bệnh

tình của bà càng lúc càng trở nặng, bao nhiêu thời gian và nhân lực bị phí phạm vì bà ấy liên tục sợ hãi không chịu mổ vào phút cuối.

Trước tình thế đó, vị bác sỹ gây mê tên S trực tiếp đến thăm bà để thuyết phục bà thêm một lần nữa. “Bà hãy nhìn trời mưa ngoài cửa sổ kìa”, bác sỹ nói. “bà có biết điều tốt nhất chúng ta nên làm trong những ngày mưa như thế này là gì không?”

Người bệnh nhân nhìn bác sỹ với vẻ mặt khó hiểu.

“Là nhắm mắt lại và ngủ một giấc thật ngon, thật sâu”. Vị bác sỹ nở nụ cười phúc hậu, “Đó là điều tôi sẽ làm nếu tôi là bà”.

Người phụ nữ gật đầu, hít thở thật sâu và nhắm mắt, chìm vào trong giấc ngủ.

Thế là các bác sỹ nhẹ nhàng đưa bà ấy vào phòng mổ mà không còn trở ngại nào nữa, và ca phẫu thuật diễn ra suôn sẻ. Tất cả là nhờ nhu cầu Bản Thân của người nữ bệnh nhân đã được đánh động thành công, nên nó đã trỗi dậy lớn hơn cả nỗi sợ bị gây mê của bà ấy.

Tử Huyệt Bản Thân trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc

Tử Huyệt Bản Thân chính là lý do vì sao con người thích chơi hơnthích học, vì sao các buổi hội hè hay tiệc tùng luôn hấp dẫn được nhiều người, vì sao người ta luôn nhớ những câu thoại cuối cùng của mộtvở kịch nhiều hơn những câu thoại đầu tiên, vì sao đàn ông thường ngại hẹn hò với phụ nữ cao số hay góa chồng, vì sao những người ngây thơ thường dễ bị lừa hơn những người khác.

Cũng giống như những tử huyệt kia, Tử Huyệt Bản Thân có phạm vi rộng lớn đến nỗi nó thường đan cài với các tử huyệt khác.

Khi một kẻ bất lương chĩa súng vào đầu bạn và nói: "Cướp đây!" bạn sẽ có phản ứng ngay lập tức. Nhưng nếu lúc đó xuất hiện một kích thích nào khác, nó có thê thay đổi hoàn toàn hành động của bạn!

Bốn khách hàng và hai nhân viên giao dịch vẫn đang có mặt trong một nhà băng nọ vài phút trước khi đến giờ đóng cửa. Một tên cướp có súng bất ngờ bước vào đe dọa: "Tất cả giơ tay lên!"

Những người khách hàng và nhân viên sợ hãi và làm theo

Tên cướp nhanh chóng lùa sáu người vô tội đứng quay mặt vào tường, tay hắn không ngừng mân mê cái cò súng. Khi hắn sắp sửa ra mệnh lệnh kế tiếp, một khách hàng nhìn thấy khẩu súng, chỉ vào đó và la lớn: "Đó là súng giả. TÓM HẮN MAU!"

Thế là tất cả những người khách hàng và nhân viên nhà băng đồng tâm xoay người và nhanh chóng tấn công tên cướp, khiến hắn làm rơi súng và không chế hắn hoàn toàn để giao cho công an.

Sau đó, vị khách hàng duy nhất đã có công la lớn giúp mọi người lật ngược tình thế mới nhặt súng lên và kiểm tra. "Má ơi!" ông ta sửng sốt như muốn xỉu, "Đây là súng *thật*"

Lúc đó ông ta không đeo kính nên không nhìn rõ khẩu súng là thật hay giả.

Còn đây chính là những diễn biến *cảm xúc* đã diễn ra trong tình huống trên:

"Tất cả giơ tay lên" là một câu nói đánh động Tử Huyệt Bản Thân cực mạnh, tạo phản ứng ngay lập tức. Lúc đó, nỗi sợ bị bắn, bị thương tật và mất mạng lớn hơn nhiều so với nỗi sợ mất Tiền Bạc. Nhưng khi vị khách hàng nọ la lên *"Đó là súng giả*. Tóm hắn mau!" thì khao khát giữ Tiền Bạc và tài sản bắt đầu trỗi dậy mạnh mẽ hơn nỗi lo an toàn bản thân. Nhờ vậy mà những người dân bình thường không một tấc vũ khí trên tay bỗng trở nên dũng cảm bất ngờ và tóm gọn được tên cướp!

Trong sinh hoạt hàng ngày, Tử Huyệt Tiền Bạc tương tác với Tử Huyệt Cảm Xúc theo rất nhiều cách khác nhau.

Ví dụ dễ thấy nhất là những người xem trọng việc kiếm tiền hơn những điều khác trong cuộc sống.

Rufus B. vừa kiếm được một công việc mới trả lương cao hơn hai mươi đô-la một tuần so với công việc hiện tại của anh. Anh ta bèn hỏi ý kiến vợ mình và một người bạn thân. Cả hai người đó đều khuyên anh không nên vì mức lương cao hơn mà nhận công việc mới, vì họ được biết chỗ làm mới không phải là một công ty tử tế.

Tuy nhiên, Rufus vẫn khăng khăng giữ nguyên ý kiến của mình, bỏ việc cũ để nhậnviệc mới. Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của anh là Tiền Bạc. Anh là một Người Vị Lợi và lương cao luôn là khát khao cháy bỏng của anh.

Quả thật anh nhận việc chưa lâu thì vấn đề bắt đầu nảy sinh và trở nên rõ ràng hơn ở chỗ làm mới. Những sự căng thẳng, bất đồng và nhiều yếu tố tiêu cực khác đang ngày ngày làm tổn thương Bản Thân anh nghiêm trọng

dù lúc đó vẫn chưa đầy một tháng. Rufus bắt đầu biểu hiện sự khó chịu ra bên ngoài.

Nhưng Tiền Bạc vẫn luôn là ưu tiên hàng đầu của anh ta. Anh khẳng định với bản thân cũng như với tất cả mọi người chung quanh mình rằng chuyện này "chẳng hề hấn gì" và "kiếm được nhiều tiền hơn mới là điều quan trọng nhất!"

Bạn đã từng quen người nào giống như thế chưa? Những người quan niệm rằng kiếm tiền quan trọng hơn là tận hưởng cuộc sống?

Hẳn là rồi!

Những loại tương tác Tử Huyệt Bản Thân khác gắn liền với hàng triệu người trong chúng ta, những người luôn khao khát sự thỏa mãn về tình dục, đồ ăn, thức uống, vui chơi giải trí và những thú vui khác thậm chí ngoài khả năng chống chịu của sức khỏe.

Tương tự những tử huyệt khácTử Huyệt Bản Thân có hai mặt,*khao khát* và *nỗi sợ*. Cách tốt nhất chính là giữ cho những khao khát hướng về những điều tích cực và có lợi cho sức khỏe. Còn nếu bạn khao khát quá mức hoặc trở nên quá tiêu cực, tốt hơn hết là nên đến gặp bác sĩ. Một khi bạn điều chỉnh được Tử Huyệt Cảm Xúc của mình luôn ở trạng thái tích cực, thì mọi sự giao tiếp của bạn có liên quan đến nó cũng sẽ mang lại nhiều hơn những kết quả tích cực cho bạn *bất kể* tình trạng sức khỏe của bạn ra sao.

Một Người Vị Lợi đã chứng minh điều trên với một Người Vị Kỷ trong câu chuyện sau.

Quý ông O. giàu có bị thừa 12kg so với cân nặng lý tưởng của mình. Ông ta có tật ham ăn, thích vui chơi nghỉ ngơi và là một người lười biếng có hạng. Giống như những Người Vị Kỷ khác, ông ta luôn bị ám ảnh về sức khỏe cùa mình. Ông ta lo lắng đến sốt vó mỗi khi cảm thấv khó thở lúc đang đi bộ leo cầu thang hoặc khi đang làm vài động tác thể dục nhẹ. Mặc dù bác sĩ đã yêu cầu ông giảm 12kg nếu muốn cơ thể khỏe mạnh hơn, ông ta vẫn không cưỡng lại được sức cám dỗ Tử các món sơn hào hải vị và những loại thức ăn giàu năng lượng như bánh mì, bánh ngọt và kẹo.

Ông O. có một người bạn là quý ông E, một tay chơi bạc. Ông này tuyên bố rằng mình sẽ không làm việc cho bất kỳ ai, rằng người duy nhất được phép làm việc cho ông chính là... vận may. Vì sao ông E. lại thích đánh bạc? Vì cờ bạc là cách nhanh nhất và dễ nhất để kiếm tiền! Ông ta là một Người Vị Lợi, luôn thường trực ở các tụ điểm bài bạc, cá độ, cá ngựa, xí ngầu và tất tần tật những thứ gì có thể giúp ông ta kiếm tiền dễ dàng nhất.

Một ngày nọ, ông E. bài bạc gặp gỡ ông O. béo phì. "Ồ, xin chào. anh bạn của tôi , ông E. cười, "nhìn anh như một quả bong bóng đang mỗi ngày một phình to hơn. Khi nào thì anh mới bắt đầu đi giảm vài cân đây?"

“Không chỉ là vài cân”, ông O. buồn bã đáp, “mà là 12kg mới đủ!” Ông nhún vai. “Tôi không thể chịu nổi cảm giác phải kìm hãm cái sự sung sướng khi được thưởng thức những món ăn ngon, nên chuyện giảm cân xem như bất khả rồi!"

Một ý tưởng mới nảy ra trong đầu ông E "Anh cũng biết tôi thích đánh bạc và cá độ mà. Tôi cá hai trăm đô-la là tôi có thể giúp ông giảm 12kg thành công."

"Tôi đồng ý", ông O. nở nụ cười. "Điều kiện cá cược thế nào?"

"Rất đơn giản. Đầu tiên, tôi muốn đo lại cân nặng của anh. Sau đó, anh phải làm đúng như những gì tôi nói trong vòng tám tuần. Sau tám tuần, nếu anh vẫn không giảm cân được như tôi đã hứa, tôi sẽ trả anh hai trăm đô. Còn nếu anh giảm được 12kg, anh phải trả tiền cho tôi."

Ông O. gật đầu.

Một cái va-li kềnh càng được khóa vào cổ tay phải của ông O.. Ông E. giữ chìa khóa. Ba ngày sau, ông O. phát điên với nó. "Cái va-li này càng lúc càng nặng hơn thì phải. Tôi phải ăn ngủ cùng nó, thậm chí đi cạo râu cũng không dứt nó ra được. Làm ơn giúp tôi tháo nó ra đi.Nó nặng *cả tấn* trên người tôi đây này!"

"Làm gì có", ông E. thở dài. "Cái va-li đó nặng đúng 12kg, số kí-lô dư thừa mà anh đang mang trong người. Giờ thì hãy nghiêm chỉnh chấp hành chế độ ăn kiêng của bác sĩ và quyết tâm theo đuổi nó. Tôi vẫn sẽ để cái va-li ở đó, vì nó sẽ nhắc nhở anh!"

Ông O. quá lo lắng và căng thẳng với cái va-li nặng trịch kè kè bên mình. Nên ông quyết tâm ăn kiêng và quả thực, giảm được 12kg sau *sáu* tuần.

Ông E. nhận được hai trăm đô-la tiền thắng cược.

Cả hai người cùng vui.

Hai ông bạn đó có những động cơ *chủ đạo* khác nhau, dẫn đến hành động khác nhau trong cùng một tình huống, nhưng cuối cùng cả hai đều hài lòng với kết quả đạt được. Tử huyệt chủ đạo của ông O.là Bản Thân; thế

nên giải pháp gây phiền nhiễu những thú vui hưởng thụ của ông ta bằng cái va-li nặng nề trên cổ tay đã giúp ông hoàn thành được mục tiêu giảm cân trong thời gian không tưởng. Theo điều kiện của vụ cá cược ,ông ta sẽ phải đeo cái va-li trong tám tuần hoặc phải giảm được12kg trước khoảng thời gian đó. Do vậy, cuộc hành hạ trần ai đo đã giúp ông O. ý thức hơn những lợi ích cho Bản Thân kể cả khi *thua* cuộc. Còn ông E. thực chất đã *chắc thắng*ngay từ đầu khi vận dụng đúng Tư Huyệt Bản Thân chủ đạo của ông O. giàu có nhưng thừa mỡ!

Với những người lười biếng mà không cần lý do, họ thuộc mẫu Người Vị Kỷ, sẵn sàng tìm cớ Tử chối mỗi khi được giao việc nhà hay phải giúp đỡ người khác. Thường thì phương án ưa thích của họ là... không làm gì cả.

Tôi từng được nghe kể về một anh thợ sơn nọ. Viên quản đốc phát hiện anh ta vô tư ngủ gật trong giờ làm việc dù trước đó, ông vừa yêu cầu anh ta phải sơn xong một cái hàng rào.

“Sao cậu không làm việc như những người khác?” viên quản đốc hỏi.

Anh thợ sơn chỉ tay về phía bầu trời mùa xuân trong xanh và đáp một cách triết lí: *“Sếp ơi, chỉ có những gã ngốc mới cắm đầu làm việc trong một ngày đẹp trời thế này!”*

Đấy là một câu trả lời điển hình của những Người Vị Kỉ, không phải Người Vị Lợi mà cũng chẳng phải dạng khác.

Những câu chữ hoặc cụm từ quảng cáo như "Bị đau ư?", "Giảm đau tức thì", "Bạn có đang nhức đầu?", "Bạn muốn khỏe mạnh hơn?”, "Bí kíp để luôn trẻ hơn tuổi thật của mình", "Bạn cần uống thuốc?”, "Làm thế nào để tống khứ những cơn nhức đầu tồi tệ này" là những ngôn từ hiệu nghiệm

với những ai có tử huyệt chủ đạo là Bản Thân. Kể cả vói những sản phẩm tưởng chừng như tầm phào và khó quảng cáo như cuộn trị gàu trên tóc, kim băng, nước súc miệng hoặc các dụng cụ giúp tiết kiệm thời gian nấu nướng hay làm việc, chỉ cần một câu tiêu đề quảng cáo vài chữ nhưng tác động vào đúng Tử Huyệt Bản Thân của người tiêu dùng cũng đủ khiến họ phát cuồng và mua ngay sản phẩm.

Ngay cả tình yêu thương giữa cha mẹ và con cái cũng thuộc nhóm các Tử Huyệt Bản Thân của con người.

Nếu bạn đang là một bà mẹ hay ông bố, tôi đóan chắc là bạn sẽ cóphản ứng nhất định với những câu hỏi như: "Bạn nghĩ sao nếu phải nhìn con mình chống nạng suốt đời vì tai nạn này?" hoặc "Bạn cảm thấy thế nào khi lần đầu tiên em bé bặp bẹ bốn tiếng "Con yêu bố mẹ"?"

Hai câu hỏi trên - một câu đánh vào *nỗi sợ,* một câu đánh vào *khao khát* và niềm hạnh phúc - đều nhắm vào Tử Huyệt Bản Thân.

Bản Thân là một trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc, là những động cơ *chủ-đạo* khiến *bạn* phải lắng nghe người khác hoặc khiến người khác phải lắng nghe bạn! Do vậy, nếu bạn tìm thấy bất kỳ mối liên hệ nào giữa bạn và người nghe mà có liên quan đên Tử Huyệt Bản Thân trong cuộc giao tiếp, hãy mạnh dạn *sử dụng* nó!

Tôi xin được quay trở lại câu chuyện ở đầu chương nói về một nhà phê bình trên đài phát thanh khiến một bà mẹ đang ủi đồ phải giật bắn người.

Chủ đề nói chuyện của ông ta là về một cuốn sách với nhan đề "Nuôi con khôn lớn".

Đối tượng độc giả chủ yếu của ông ta chính là các bà mẹ.

Trong trường hợp này, những chủ đề về Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng không có nhiều giá trị cảm xúc bằng Bản Thân, cụ thể ở đây là tình mẫu tử.

Bên cạnh những Tử Huyệt Bản Thân thường thấy giữa người nói và người nghe chung chung, nhà phê bình nọ phát ngôn một câu đánh trúng tâm lý các bà mẹ: "Có *khi nào bạn muốn đưa nôi em bé nhà mình bằng một cây gậy đánh bóng chày?"*

Khả năng người nghe sẽ *phải* giật mình và chăm chú lắng nghe nội dung kế tiếp là khá cao, vì Tử Huyệt Bản Thân chính xác đã được tác động!

Hẳn là bạn đã từng nghe câu tục ngữ: "Một giọt máu đào hơn ao nước lã." Trường hợp này *chính* là nó đấy!

Trong cuộc sống, nhiều khi cha mẹ và con cái cũng có lúc *phạm sai lầm* với nhau và gây ra cảnh "cơm không lành, canh chẳng ngọt".

Nhưng khi một người dưng nói cha mẹ hoặc con cái bạn sai, bạn lại có xu hướng bảo vệ cha mẹ hoặc con cái mình đến cùng vì khi đó, không chỉ tử huyệt bản thân(tình cảm gia đình) được đánh động mà cả tử huyệt danh tiếng(thể diện) cũng bị đụng chạm; hai tử huyệt gộp lại gây nên phản ứng chống đối dữ dội nơi bạn!

Chú cún cưng nhà bạn rất đáng yêu, luôn "thấu hiểu" và bảo vệ bạn. Khi bạn nhìn thấy chú cún gặp nguy hiểm, chẳng hạn như bị một con chó to hơn ức hiếp, bạn cũng sẽ bảo vệ nó, đúng chứ?

Bạn không chống lại những phản ứng bản năng đó. Chúng là một phần Tử huyệt cảm xúc của bạn!

Tôn giáo và tử huyệt bản thân

Bạn sẽ thấy tử huyệt bản thân được vận dụng rất phổ biến và hiệu quả trong các tôn giáo.

Một hành vi được định nghĩa là "tội lỗi" trong các tôn giáo thường đi kèm với những sự trừng phạt về mặt thể xác cũng như đạo đức. Chính nỗi sợ bị trừng phạt hoặc quả báo giúp các tôn giáo thu hút được nhiều người theo, và đó cũng là động cơ khiến những người đó không dám phạm tội và luôn phải làm điều đúng.

Một mục sư nọ cảm thấy rất phiền khi người ta liên tục đỗ xe ngay trước cửa nhà thờ của ông. Ông liên hệ với công an địa phương và được gắn tấm biển "Cấm đỗ xe" ở đó.

Hành động này chẳng có tác dụng gì đáng kể, vì bà con ở đó vẫn vô tư đỗ xe trước cửa nhà thờ.

Vị mục sư đã thay đổi chữ trên bảng hết nội dung này đến nội dung khác, chỉ đến câu sau thì tình trạng đỗ xe bừa bãi mới chấm dứt:" Con chiên ngoan đạo không được đỗ xe nơi đây!"

Tôn giáo giúp chúng ta cảm thấy bình an và được che chở. Tôn giáo có thể tồn tại và phát triển với thời gian chính là nhờ khả năng lưu giữ và truyền đạt hiệu quả của giới mục sư và giáo sĩ.

Một học viên tên E. rất hứng thú với chủ đề này khi cậu ta cùng vợ mình tham gia một khóa học về thuật thôi miên cảm xúc của tôi. Lúc đó, anh ta đang làm việc cho một trong những cộng đồng người thiên chúa giáo đông nhất ở Mỹ bấy giờ.

Sau vài buổi học, E tìm gặp tôi để trò chuyện:" Như thầy đã thấy, hai vợ chồng tôi là những người mộ đạo. Chúng tôi nghiên cứu rất nhiều về Thiên chúa giáo và cũng đã từng tìm hiểu những tôn giáo khác. Những kinh nghiệm đó giúp chúng tôi rút ra một kết luận quan trọng như sau."

"Phần lớn các vị giáo sĩ hoặc mục sư hiện nay", anh ta nhấn mạnh "không biết cách truyền đạt sao cho các con chiên phải lắng nghe. Họ cần học nhiều hơn về Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!Họ yêu cầu các con chiên phải thường xuyên đi lễ, nhưng khi tất cả mọi người đã bỏ thời gian công sức đến nhà thờ rồi, chẳng mấy ai chú ý nghe hết được những bài thuyết giáo vì tâm trí họ không tập trung. Mục sư thì cứ giảng, người nghe thì gần như không nghe! Khi các con chiên ra về, họ đến bắt tay mục sư và nói một câu chiếu lệ:" Bài thuyết giảng rất hay, thưa Đức Cha!" và chấm hết.
Chúng tôi nghĩ, một mục sư giỏi phải là người biết cách làm cho các con chiên dẹp bỏ được những mối bận tâm khác trong đầu và lắng nghe chăm chú những bài thuyết giảng của mình ngay từ trước khi họ bước chân vào nhà thờ!"

Ngay cả về phía các giáo sĩ và mục sư, việc tập trung vào các bài thuyết giáo cũng không đơn giản với họ như chúng ta thường nghĩ.

Một tờ báo nọ có dẫn lời của một vị cha xứ ở thành phố Walla Walla, bang Washington, rằng:"Chúng tôi thu âm lại bài thuyết giảng của buổi sáng chủ nhật ngày hôm đó. Buổi chiều, tôi mở băng ghi âm để nghe lại kỹ hơn. Rốt cuộc, chưa được nửa bài tôi đã gục đầu ngủ gật!"

Tầm quan trọng của thuật thôi miên cảm xúc nhằm giúp những người giao tiếp cũng như các nhà truyền giáo làm tốt công việc của mình ngày

càng rõ ràng và cần thiết hơn bao giờ hết. Ngay cả nhiều người dân theo đạo cũng đã bày tỏ quan điểm về vấn đề này.

Trong một chuyến tàu điện ngầm gần đây, tôi vô tình nghe được một cuộc nói chuyện giữa hai người phụ nữ đứng gần mình trên tàu. Nhìn thấy họ đặt nhiều túi đồ trên sàn, tôi đoán là họ vừa đi mua sắm về.

"Bồ có định đi nhà thờ vào sáng chủ nhật này không?" một trong hai người phụ nữ hỏi người kia.

"Hiển nhiên là có rồi. Mình vừa mua cái mũ mới này, phải đi cho thiên hạ ngắm chứ. Với lại, nhà thờ cũng là nơi lí tưởng để mình vô tư ngủ với đôi mắt mở to!"

Người phụ nữ đó – cũng như vị mục sư ngủ gật kể trên – hẳn là sẽ không làm thế nếu họ được giao tiếp bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!

Tội phạm và thuật thôi miên cảm xúc

Một cô gái 20 tuổi xinh đẹp quyến rũ đi ứng tuyển vị trí tiếp tân của công ty nọ. Cô gọi điện trước cho nhà tuyển dụng và được mời đến văn phòng công ty gồm hai phòng. Cô được phỏng vấn ở một trong hai căn phòng đó.

Sau khi trò chuyện được vài phút, nhà tuyển dụng bất ngờ khóa cửa và nhào đến cô để làm điều xằng bậy.

Cô gái sợ hãi, van xin và cố gắng chống cự nhưng không ăn thua trước cái ôm quá chặt của hắn.

Bất ngờ, cô chống cự và cất tiếng cảnh báo:" Tuổi thật của tôi là mười sáu. Thả tôi ra, nếu không ông sẽ hối tiếc đó!"

Câu nói của cô gái đánh trúng ngay vào tử huyệt cảm xúc của gã bất lương, khiến hắn dừng hành vi của mình ngay lập tức, xin lỗi và để cho cô gái đi.

Nỗi sợ bị truy tố với tội danh cưỡng bức người chưa thành niên đã khiến hắn Tử bỏ ý định!

Mỗi người công dân luôn mang trong mình nỗi sợ Bản thân bị truy tố và tống vào tù nếu phạm pháp; và giới tội phạm cũng tương tự. Thực tế là những tên bất lương thường dành nhiều thời gian lên kế hoạch bỏ trốn hơn là kế hoạch phạm tội, vì hắn sẽ chẳng được lợi lộc gì mà còn đi tù mọt gông nếu bị bắt!

Một cửa hàng thời trang nổi tiếng nọ mất năm mươi nghìn đô-la mỗi năm vì nạn trộm cắp. Mặc dù các bảo vệ cửa hàng đã canh phòng rất cẩn mật, thậm chí nhiều lần cải trang thường dân để bắt trộm, nhưng tình hình ăn cắp trong cửa hàng không hề thuyên giảm. Nếu một bảo vệ nào đó phát hiện, đuổi theo và bắt được một tên trộm, thì những tên còn lại tranh thủ những phút lơ là đó của viên bảo vệ để tiếp tục trộm những mặt hàng khác và bỏ trốn.

Người chủ của hàng không ngại chi tiền để thuê thêm bảo vệ và đầu tư trang thiết bị chống trộm tinh vi, nhưng hiệu quả vẫn gần như bằng không.

Trong một phút bức bách, ông quyết định thử một phương án chống trộm hoàn toàn khác.

Ông dọn sạch khu sảnh trưng bày mặt hàng đắc địa ngay giữa tầng trệt bốn mặt tiền của cửa hàng, di dời tất cả sản phẩm vào tủ kính trừng bày ra vị trí khác. Thay vào đó, khu sảnh này được bày trí những bộ ghế bằng da

nhiều màu sắc và nhiều chiếc ghế lẻ khác để khách ngồi, bên cạnh đó là những bàn hút thuốc được bố trí gạt tàn đầy đủ.

Sau khi bài trí lại của hàng, ông chủ cho đăng quảng cáo trên báo để giới thiệu về một sự kiện sắp tới của cửa hàng, trong đó ông mời tất cả mọi người "đến cửa hàng và tận hưởng Không gian sảnh tiếp khách tuyệt đẹp – nơi lí tưởng để bạn dừng chân, gặp gỡ và trò chuyện với bạn bè…hoặc đơn giản chỉ là ngồi nghỉ ngơi thư giãn."

Sự kiện đó đã thu hút được khoảng Tử bảy mươi đến một trăm người tham dự. Trong vòng chưa đầy một tháng, khu sảnh tiếp khách của của hàng đón tiếp trung bình một trăm sáu mươi người đến đây mỗi ngày để gặp gỡ, giao lưu, tụ họp, nhìn ngắm các mặt hàng hoặc nghỉ chân hút thuốc. Đồng thời, những người khách này vô tình trở thành những viên bảo vệ hiệu quả cho cửa hàng, với tầm nhìn bao thầu toàn bộ con người lẫn hàng hóa ở tầng trệt.

Doanh số cửa hàng tăng đột biến, còn nạn trộm cắp thì giảm đáng kể!

Bọn trộm không dám hành động khi mà khu tầng trệt luôn đầy ắp những người khách ngồi nghỉ chân và quan sát xung quanh.

Giống như bất kì tên tội phạm nào khác, nỗi sợ lớn nhất của bọn trộm của hàng là bị người ta phát hiện và bắt giữ!

Chính vì Sảnh tiếp khách của cửa hàng luôn đông người ngồi chơi ở đó, nên toàn bộ khu vựa được giám sát bởi không dưới năm mươi cặp mắt. Những tên trộm sẽ không thể nào biết được ai là khách hàng và ai là bảo vệ cải trang, nên việc manh động là vô cùng rủi ro. Chính vì thế, chúng thà bỏ cuộc hơn là tự đưa mình vào nguy hiểm không cần thiết.

Chỉ trong vòng tám tháng, phương án chống trộm bằng tử huyệt bản thân này đã giúp chủ cửa hàng tiết kiệm được hơn năm mươi nghìn đô!

Giờ chúng ta chuyển qua phân tích tử huyệt tiền bạc.

Chúng ta sẽ nói thật nhiều về nó.

Và bạn sẽ thấy rằng việc lo lắng về tiền bạc không chỉ vô ích mà còn khiến bạn tốn nhiều tiền hơn bạn nghĩ!

Chương 5

Vận dụng tử huyệt tiền bạc để thành công trong các mối quan hệ

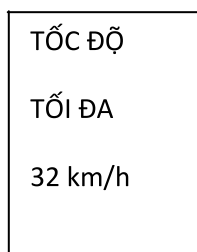
Bạn đã bao giờ nhìn thấy một mẩu quảng cáo như thế này:

> Một bí mật của tôi mà bạn nên biết
>
> Lý do vì sao mà từ trước đến nay tôi luôn bán hàng với giá ưu đãi, rẻ hơn rất nhiều so với những người bán cùng sản phẩm là vì tôi còn độc thân. Tôi không cần quá nhiều tiền để lo cho vợ con.
>
> Nên bây giờ, tôi xin thông báo với mọi người là ưu đãi này sắp kết thúc trong ngày mai. Tôi sắp cưới vợ.
>
> Do vậy, tôi khuyên các bạn nên tiết kiệm tiền và đến gặp tôi mua càng nhiều món hàng càng tốt để tranh thủ ưu đãi trong những ngày ngắn ngủi còn lại.
>
> O.Kayser

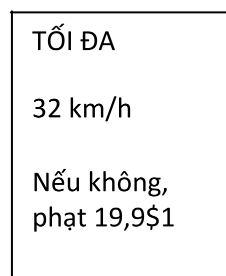
Khỏi phải nói, yếu tố tiền bạc trong mẩu quảng cáo đã gây sự chú ý và thu hút người đọc ngay lập tức. Mọi người nườm nượp kéo đến cửa hàng của anh Kayser để tranh thủ "mua hàng với giá ưu đãi"!

Tử huyệt tiền bạc của con người còn có thể tác động bằng nhiều cách khác, chẳng hạn như trong câu chuyện sau tại một thị trấn ở Texas. Khả năng gây sự chú ý của vài ngôn từ đã khiến cho xe cộ trên đường phải giảm tốc độ và hạn chế được tai nạn giao thông.

Nhiều tay lái mô tô đến từ những vùng khác thường chạy qua thị trấn này với vận tốc vượt quy định, khiến cho cảnh sát địa phương không tài nào kiểm soát được. Họ điều tra nguyên nhân vì sao các tay lái không sợ quy định và vẫn vô tư chạy quá tốc độ. Cuối cùng, họ khám phá ra vấn đề nằm ở nội dung biển báo:



Sau một hồi tranh luận, các cảnh sát quyết định thay đổi nội dung biển báo như sau:



Với tấm biển này, mấy tay lái lụa hiểu và tuân thủ quy định ngay lập tức!

Samuel Johnson Từng viết rằng:" Tiền bạc và Thời gian là hai gánh nặng lớn nhất của con người. Những kẻ bất hạnh nhất thế gian là những ai sở hữu hai thứ này nhiều đến nỗi vượt quá khả năng sử dụng của họ."

Còn phần lớn chúng ta – những con người phàm trần – Thời gian hay Tiền bạc chẳng bao giờ là đủ. Chúng ta cố gắng truy thu càng nhiều thời gian và tiền bạc càng tốt nhưng trong lòng luôn canh cánh nỗi sợ chẳng giữ được gì!

Đối với nhiều người, Thời gian cũng là Tiền bạc.

Một số người trong chúng ta ăn gian tiền bạc để có thêm thời gian, hoặc ăn chặn thời gian để có thêm tiền bạc. Một số khác sẵn sàng gian lận trên cả hai. Những người còn lại thì ghê tởm với hành động gian lận!

Vì mỗi người chúng ta lại có những suy nghĩ và cảm nhận về cuộc sống khác nhau, nên chúng ta cũng sẽ có những phản ứng cảm xúc khác nhau đối với vấn đề tiền bạc: hoặc hài lòng, hoặc cảm thấy có tội hoặc cắn rứt lương tâm khi có nhiều tiền.

Đây là sự thật: Tiền bạc đã khiến cho một phụ nữ ở Oregon cảm thấy ray rứt !

Cô ấy làm việc trong chi nhánh của một hãng xe mô tô. Suốt một năm làm ở đó, cô nhận thấy mình đã kéo dài thời gian nghỉ giải lao quá lâu thay vì tập trung làm việc hiệu quả. Vì cắn rứt lương tâm, cô quyết định chuyển khoản 95$ trở lại tài khoản của sếp, xem như đó là tiền bù cho những khoảng thời gian cô đã phí phạm để "ngồi chơi xơi nước" ở công ty.

Cách đây không lâu, các quý ông bị hói đầu trong cơ quan lập pháp Ohio Từng đưa ra một đề xuất về quy định liên quan đến chi phí cắt tóc! Họ nghĩ ra một giải pháp như sau:" Sẽ là phù hợp về mặt luật pháp, công lý và công bằng nếu giá tiền của một lần cắt tóc được miễn giảm với những người như chúng tôi – những kẻ đáng thương được trời phú một tấm huân chương trọn đời mà không ai trong chúng tôi mong muốn đó là hói đầu."

Mặc dù tiền bạc là một tử huyệt có tác dụng kích thích lớn đối với con người, cuộc sống của tất cả chúng ta thực chất chịu sự chi phối của hàng tá những cảm xúc mãnh liệt khác, mà kể cả những nhà lập pháp khô khan cũng không ngoại lệ.

Bạn có thểđể ý thấy một chút khát khao về hình ảnh bản thân(thuộc tử huyệt danh tiếng) trong câu nói của họ:…"những người như chúng tôi…được trời phú một tấm huân chương trọn đời mà không ai trong chúng tôi mong muốn là hói đầu?"

Trong mọi khía cạnh cuộc sống, bất kỳ thứ gì giúp con người kiếm ra tiền hoặc tiết kiệm tiền đều có sức thôi miên khó cưỡng ở bất kì đâu trên quả đất.

Một tổ chức được thành lập ở Stuttgart với tên gọi Hội những người đàn ông cao to hộ pháp. Các thành viên của hội bao gồm những người đàn ông cao trên 1,88m và phụ nữ cao trên 1,80m. Những người trong hội thống kê ra rằng những người đàn ông cao lớn ăn nhiều hơn 15% so với những người đàn ông có sức khỏe và khẩu vị bình thường, còn tỉ lệ này ở phụ nữ là 10%.

Thế là cả hội quyết định đệ đơn lên chính quyền yêu cầu được giảm thuế vì họ có nhu cầu ăn nhiều hơn phần đông những người khác.

Bạn nghĩ thế nào nếu nguyện vọng trên thành hiện thực? Hẳn là bạn sẽ xem lại sức ăn và kích cỡ bản thân để có thể yêu cầu một quyền lợi tương tự, đúng chứ?

Về mặt cảm xúc, bạn sẽ muốn làm như thế! Mọi thứ liên quan đến Tiền bạc luôn khiến cho kẻ thu thuế và người nộp thuế đau đầu.

Nhân viên thuế vụ cũng là con người. Họ có cảm xúc, và họ phải đi thu tiền Tử những con người cũng chịu sự chi phối của cảm xúc giống họ!

Một người đàn ông nọ đi làm thủ tục xin miễn giảm thuế cho mẹ mình. Cơ quan thuế phát hiện ra rằng mẹ ông ta đã qa đời Tử mười năm về trước.

Khi được hỏi vì sao lại đi xin miễn thuế cho mẹ, anh ta trả lời :"Mẹ luôn sống mãi trong trái tim tôi"

Một người phụ nữ giấu tên ở Colorado gọi điện cho cơ quan thuế vụ để hỏi về số tiền thuế thu nhập mà cô phải trả .

"Tôi sẽ phải trả bao nhiêu tiền thuế với mức thu nhập là 75.000$?" cô ta hỏi

Người nhân viên thuế vụ làm một phép tính nhanh chóng và trả lời cô.

“Còn nếu thu nhập 150.000$ thì sao? Người phụ nữ hỏi tiếp

Nhân viên thuế vụ bèn hỏi lại cô. “Thưa cô”, ông ta ngạc nhiên, “sao tự nhiên cô lại hỏi những thông tin đó, có lí do gì đặc biệt chăng?”

“Lý do đặc biệt à? Hiển nhiên là có”, cô trả lời “Tôi đang suy nghĩ mình nên mua một hay hai tấm vé số cho giải độc đắc của chương trình xổ số kiến thiết đây”

Tiền bạc là một nhân tố gây chú ý và duy trì sự chú ý mạnh mẽ vượt trên những gì mắt thấy tai nghe.

Bạn đang mong muốn đám đông ồn ào phân tán ngoài kia phải chú ý đến mình? Cứ đung đưa một cọc tiền thật giá trị ra trước mắt họ, bạn sẽ được toại nguyện!

Bạn đã bao giờ có cảm xúc khó tả mỗi khi nhìn thấy một bóp tiền, một cọc tiền, hoặc những đồng xu giá trị của ai đó đánh rơi trên đường? Bạn có còn nhớ cảm giác của bản thân khi vô tình tìm thấy một tờ hai mươi đô mình bỏ quên trong túi áo khoác mà suốt một năm trời tìm mãi không thấy?

Đã bao nhiêu lần bạn bị thu hút bởi hai chữ “MIỄN PHÍ”? Đã bao giờ bạn phải dừng chân và quay lại mỗi khi nghe thấy âm thanh đồng xu rơi vãi của ai đó trên đường?

Hàng nghìn những phản ứng xúc cảm với tiền bạc vẫn diễn ra bất kể chúng ta có nhận thấy chúng hay không và bất kể tiền bạc có phải là tử

huyệt chủ đạo của chúng ta hay không. Đôi khi, Tử huyệt tiền bạc có thể khiến bạn bị dẫn dụ đến mức độ ngoài sức tưởng tượng.

Có một tay chủ khách sạn nọ nổi tiếng tham tiền. Nhiều người trong thị trấn đã từng không ít lần phải “ngậm bồ hòn làm ngọt” vì tật xấu này của ông ta, nên họ họp bàn nhau và quyết định dạy hắn ta một bài học.

Họ thuê một diễn viên đến từ vùng khác đóng giả làm một đại gia là một chủ tập đoàn kinh doanh thức ăn cho mèo. Vị đại gia này bước vào khách sạn, cho gọi người chủ để đặt một bữa tiệc thật hoành tráng tối thứ 7 tới.

“Số lượng khách mời là bao nhiêu ạ?” tay chủ khách sạn hỏi và ghi chép một cách phấn khích trước mặt vị khách nom có vẻ giàu có.

“Bao nhiêu người ạ?” vị đạigia cười khẩy.”Sẽ chẳng có ai cả. Đây là bữa tiệc dành cho các chú mèo!”

Khi người chủ khách sạn trố mắt ngạc nhiên, vị đại gia nhanh chóng làm cho khuôn mặt ông ta vui vẻ hẳn lên bằng cách dúi cho ông ta một trăm đô la. “Đây là một phần chi phí, vị đại gia nói. “Phần còn lại sẽ được thanh toán sau bữa tiệc”

Đặc ân này khiến cho tay chủ khách sạn trở nên hứng khởi một cách bất thường mặc dù đây rõ ràng là một yêu cầu quái gở. Ông ta liệt kê những thức ăn ngon dành cho mèo và đề nghị được mua và bày thức ăn do chính tập đoàn của bị đại gia cung cấp.

Vị khách gật gù hài lòng và khen ngợi ông ta có “…một tư duy kinh doanh sắc sảo!”

Trước khi kết thúc buổi gặp mặt, người diễn viên đóng giả đại gia trước mặt một thực đơn in bằng mực đỏ và xanh. Anh ta nói rằng đây là hai sắc màu ưa thích của sáu mươi chú mèo sẽ đến tham dự bữa tiệc!

Vào buổi sáng thứ sáu trước ngày diễn ra bữa tiệc, vị đại gia gọi điện đến khách sạn. "Hôm đó tôi sơ ý quên một điều" anh ta nói với tay chủ khách sạn. "Lẽ ra tôi phải đưa anh thêm một trăm đôla nữa cho phần thực đơn. Không sao, tôi sẽ trả anh hết một lần sau bữa tiệc nhé"

Đang mơ thấy một túi tiền trước mắt, tay chủ khách sạn đồng ý. Ông ta ngay lập tức bắt tay vào chuẩn bị "một đại tiệc quan trọng mà trong đó, những vị khách đặc biệt sẽ được ngồi thật thoải mái, với mèo đực và mèo cái xem kẽ nhau!"

Thời khắc bắt đầu bữa tiệc đặc biệt tối thứ bảy đã đến, mọi thứ đã sẵn sàng. Nhưng chờ mãi suốt cả buổi chỉ thấy có tay chủ khách sạn, các nhân viên của ông ta và những phóng viên tò mò có mặt trong buổi tiệc!

Vị đại gia đã làm thủ tục rời khỏi khách sạn chỉ một giờ trước khi bữa tiệc bắt đầu

Đâu là động cơ cảm xúc chủ đạo của những người đứng đằng sau trò chơi khăm này?

Chính là Danh tiếng!

Những người chơi xỏ tay chủ khách sạn hẳn là muốn trả đũa có lẽ vì trước đây ông ta Từng gian lận với họ - một động cơ hoàn toàn cảm xúc. Cuộc trả đũa thành công này hẳn là đã giúp họ hả hê khoái chí!

Còn tay chủ khách sạn là một người vị lợi chính hiệu. Trên thực tế, những người Vị lợi không phải lúc nào cũng là người xấu hay thiếu trung thực, và những loại người khác thuộc bộ tứ cũng như vậy. Tay chủ khách sạn trên chỉ là "con sâu làm giầu nồi canh" đối với dân kinh doanh mà thôi.

Tuy vậy, bạn có cho rằng trò chơi khăm trên đã thực sự dạy hắn ta một bài học và khiến ông ta xấu hổ?

Không.

Dù đó là một tay chủ khách sạn hay một con mèo, họ sẽ không thay đổi quan điểm cảm xúc của mình một khi chúng đã được xác lập!

Tiền bạc, bổng lộc và sự sở hữu

Tiền bạc có thể xem là tử huyệt cảm xúc trực diện và dễ tác động nhất trong bộ tứ. Hầu hết mọi người đều hiểu và phản ứng lại những tác động về tiền bạc.

Ngay cả lối sống và sinh hoạt hàng ngày của chúng ta cũng phản ánh rất cụ thể mức độ tác động của tiền bạc lên những điểm mạnh và điểm yếu cảm xúc của chúng ta.

Một người đàn ông năm mươi tuổi bị kiện ra tòa vì tội gian lận cá độ. Cảnh sát lục soát và tìm thấy số tiền lớn 16.800$ trong phòng ông ta. Tuy nhiên, khi người đàn ông này giãi bày về nguồn gốc số tiền đó, cả thẩm phán lẫn những người tham dự phiên tòa đều bị thuyết phục.

Ông ta đã làm nên một kì tích tiết kiệm ngoài sức tưởng tượng. Chỉ với mức lương 56$ một tuần, ông dành dụm được 16.800$!

Bằng cách nào ư? Ông ta giải thích: ..”không hẹn hò…không trai gái…không hút thuốc…không bia rượu… mặc quần áo cũ, rách thì vá lại mặc tiếp, kể cả quần lót…dùng giày chung của bố để đi làm…mặc duy nhất một bộ đồ suốt 13 năm…mượn dao cạo râu của người khác để dùng…cho bà ngoại vay 15 cent với lãi suất 12%...và không bao giờ mua cho mình thứ gì đắt hơn 56 cent!”

Dù ông ta có vẻ ngoài thảm hại là thế, nhưng ông ta vẫn vỗ ngực nói rằng bản thân cảm tháy rất tự hào về “công phu tiết kiệm” của mình.

Tiền bạc là một nhu cầu cảm xúc. Tất cả chúng ta đều muốn kiếm nhiều tiền để đổi lấy những quyền lợi, phần thưởng, nhà cửa hay sở hữu tài sản. Và người ta sẵn sàng kể cho bạn biết họ đã cực khổ như thế nào để kiếm ra được tiền.

Một nữ danh ca nọ của nhà hát opera Metropolitan bị dư luận bàn tán vì có thu nhập mỗi tháng cao hơn cả tổng thống mỹ trong một năm. Khi được hỏi về vấn đề này, cô đáp rằng:” Đơn giản thôi, hãy yêu cầu tổng thống hát bài Norma vào mùa tới, bảo đảm sẽ nhận được cat xê khủng!”

Tất cả mọi người đều khát khao có tiền cũng như những gì tiền mang lại. Chúng ta cũng thường cố gắng tìm cách kiếm nhiều tiền nhất với công sức bỏ ra ít nhất để thỏa mãn bản thân. Một số người trong chúng ta thích kiếm tiền để tiết kiệm, số khác lại thích tiêu tiền để thỏa mãn những nhu cầu và sở thích cá nhân.

Có được thật nhiều tiền bạc là một ước muốn sâu thẳm và cháy bỏng trong mỗi chúng ta. Chúng ta không ngừng lo sợ mất tiền hoặc thiếu đi những sự đảm bảo về mặt tài chính. Do vậy, chúng ta có xu hướng cởi mở

và thân thiện với những ai chỉ cho chúng ta những cách thức hoặc phương tiện giúp chúng ta có được nhiều tiền hơn.

Một buổi tối nọ, một người quản đốc đang kiểm tra các người thợ của mình tháo dỡ một đoạn đường ray ít được sử dụng trong hệ thống đường sắt New York. Những người thợ đang làm việc rất chăm chỉ với xà beng và đèn xì hàn trên tay, lần lượt tháo những thanh sắt ra khỏi mặt đất. Bất ngờ, hai viên cảnh sát trong một chiếc xe tuần tra nhìn thấy và đến tìm hiểu.

Người quản đốc nọ - vốn là một tay kinh doanh sắt vụn – giải thích với cảnh sát rằng ông ta làm điều này theo một hợp đồng đã được kí kết với đại diện công ty đường sắt. Bản hợp đồng đó thậm chí đã được công chứng!

Kết quả điều tra cho thấy thực tế không có đại diện nào của công ty đường sắt liên quan đến bản hợp đồng này. Đây thực chất là một vụ mua bán chui mà trong đó, tay kinh doanh sắt vụn đã trả tiền cho một người môi giới để mua tám tấn đường sắt đầu tiên. Điều khoản là ông ta mua bao nhiêu tấn đường ray thì sẽ trả bấy nhiêu tiền.

Khi đó, nhà kinh doanh sắt vụn đã bán được mười tám tấn đường ray và thu được một khoản lợi nhuận kha khá!

Tại sao tay kinh doanh sắt vụn này ngang nhiên tháo dỡ đường sắt mà không tìm hiểu kỹ những vấn đề liên quan đến luật pháp?

Ông ta là một nhà kinh doanh thực dụng. Ưu tiên số một của ông ta là tiền, và toàn bộ tâm trí ông ta hướng về nó. Đối với ông ta, đường ray là một món hàng có thể đem bán lấy tiền. Cho đến tận lúc bị cảnh sát bắt quả tang, ông ta vẫn còn rất tự tin, có những phát ngôn và hành động nhằm hiện

thực hóa khoản lợi nhuận kếch xù mà mình có thể đạt được Tử việc bán lại các đoạn đường sắt.

Khao khát của ông ta là tiền. Còn nỗi sợ của ông ta là nếu ông ta không tranh thủ cơ hội kiếm lời này, người khác sẽ giành mất!

Còn gã đồng phạm "đại diện công ty đường sắt" thì cũng quá hiểu đối tác làm ăn của mình. Họ đều thích tiền như nhau!

Cả hai người họ đều ham thích kiếm tiền đến nỗi lập ra cả một đường dây mua bán bất hợp pháp để thỏa mãn những ham muốn của bản thân!

Con người không dễ gì thay đổi quan điểm cảm xúc của mình, nên chúng ta luôn luôn có vô số cơ hội và hy vọng để tác động vào cảm xúc vốn có của họ theo những cách thức mà chúng ta muốn: tung tin đồn khiến cho giá cổ phiếu tăng chóng mặt, hiện thực hóa những ý tưởng làm giàu nhanh mà dễ, gây náo loạn các sự kiện thể thao, tung hoành ngang dọc với các trò lừa đảo và bịp bợm.

Vậy không lẽ, những người đàn ông và phụ nữ thông minh nhất vẫn có thể bị đồng tiền làm cho mờ mắt? Câu trả lời chính xác là có.

Tử huyệt tiền bạc có quyền năng làm lao đao cả kẻ giàu lẫn người nghèo, người khôn lẫn kẻ ngốc, những tên bất lương lẫn những kẻ tiểu nhân.

Người phụ nữ nọ định bỏ một đồng tiền xu vào chiếc nón của một người ăn xin chống nạng bên đường.

"Thật tội cho ông khi bị tật thế này", người phụ nữ thở dài.

"Vâng, tồi tệ lắm cô à", người ăn xin gật gù

"Vậy chắc cuộc sống của ông sẽ còn khó khăn gấp bội thế này nếu ông bị mù, đúng chứ?"

"Đúng là như vậy thưa cô", ông ta đáp. "Hồi tôi làm người mù, người ta toàn cho tôi ngoại tệ!"

Tại sao những tay tội phạm khét tiếng không dùng những kĩ năng hay tài nghệ của mình để làm những việc hợp pháp và có ích hơn nhỉ? Họ hoàn toàn có thể, chỉ là việc sống lương thiện và hợp pháp đòi hỏi quá nhiều điều kiện cần thỏa mãn. Và điều này không phù hợp với mô thức cảm xúc của hầu hết các tên tội phạm!

Tử huyệt tiền bạc – bao gồm cả những phần thưởng vật chất khác ngoài tiền – được định hình trong trẻ nhỏ và trở nên cố định khi chúng lớn lên. Những người bán hàng xuất sắc, những công ty và tổ chức ăn nên làm ra thường xuyên vận dụng tử huyệt này để thu hút sự chú ý, khơi dậy sự khao khát sản phẩm trong các khách hàng tiềm năng và khiến họ quyết định mua hàng.

Ví dụ rõ nhất chính là các cuộc thi, nơi mà những phần thưởng vật chất kếch xù quyết định tính chất khốc liệt của sự ganh đua. Trung bình một năm, tổng cộng các cuộc thi chính thống diễn ra trên toàn nước Mỹ chi hơn bốn mươi triệu đôla làm giải thưởng cho những người chiến thắng! Các giải thưởng này bao gồm những khoản tiền mặt khổng lồ, thu nhập hàng năm, những tài khoản có khả năng sinh lời, sổ bảo hiểm, áo khoác da đắt tiền, xe cổ giá trị, vật nuôi thuần chủng, bất động sản, hiện vật hoặc các vé sử dụng hiện vật miễn phí.

Còn những người tham gia thi có thể là bất kì ai trong cuộc sống thường nhật!

Một công ty nước giải khát nọ tổ chức một cuộc thi với giải thưởng tối đa mà người dự thi có thể đạt được là 50.000$. trong đó thí sinh sẽ được mang về toàn bộ số tiền mình đào đất được trong vòng năm phút. Còn những giải thưởng khác là số tiền đào được trong ba phút và một phút

Trước đó, toàn bộ số tiền người tham dự đã tiêu tốn 123.000$ tiền gửi bưu tiện những tờ phiếu đăng kí dự thi

Để có thể định giá giải thưởng, nhà tài trợ cuộc thi đã thuê những người đào đất chuyên nghiệp. Theo đó, trung bình một người có thể đào được 13.000$ trong năm phút, 9000$ trong ba phút và 3000$ trong một phút. Tổng cộng, thí sinh có thể thu về cho mình cao nhất là 25000$

Thực chất, ba người thắng cuộc đã giành được đến 35000$.

Một trong ba thí sinh thắng giải đã miệt mài luyện tập đào đất trong hầm nhà cô ta suốt cả mùa đông để được giải cao!

Vậy cuộc thi có lợi ích gì cho doanh số bán hàng nước giải khát của nhà tài trợ đó?

Hiển nhiên là có, doanh số của họ đã tăng 38% nhờ những hiệu ứng trực tiếp và gián tiếp của cuộc thi

Nỗi sợ mất tiền

Về mặt cảm xúc, nỗi sợ mất mát tiền bạc hoặc tài sản của chúng ta cũng mãnh liệt không kém gì những khát khao đối với chúng.

Không phải ngẫu nhiên mà ngày nay, mọi công ty và doanh nghiệp đều rất cẩn trọng với các hoạt động thu chi tài chính của mình. Các báo cáo tài chính phải kê khai đầy đủ mọi thông tin, quyết định, các khoản vay hoặc cho vay, các giao dịch thành công và không thành công, thống kê và phân loại mọi hoạt động chuyển khoản.

Mọi ngân hàng và doanh nghiệp lớn nhỏ đều sợ mất tiền, và bạn cũng thế, đúng chứ?

Bạn còn nhớ những người nào mà kể cả khi thân quen đến mấy bạn cũng chẳng dám cho họ vay tiền hay tài sản dù chỉ là một cắc?

Suốt chiều dài lịch sử nhân loại luôn có những người như thế. Tuy nhiên, cuộc sống cũng không ít những người "đói cho sạch, rách cho thơm" – có nghèo túng đến đâu cũng không đánh mất nhân phẩm.

Hồi cố tổng thống Abraham Lincoln còn sống ở Springfield, Illinois, ông nhận được một lá thư Tử một nhà băng ở miền đông. Nhà băng nhờ Lincoln xác nh Thư ận đã kh nhậ ảnăng vàongày thế 10 chấp cho một người mà ông có quen, vì

Thứ nhất, anh ta có một vợ và một con nhỏ, hai người đó đáng giá ít nhất 500.000$ đối với bất kì người này

đang m muố ôtngười nvay đàn ông mộ nào ts ố Thứ tiề hai, nl anh ớn . ta Licoln có một văn tr ả phòng, lời như trong sau: đó có một cái bàn đáng giá 1,50$ và ba cái ghế chừng 3$

Cuối cùng, văn phòng có một lỗ thủng khá lớn do lũ chuột gây ra, đủ để nhìn ra phía bên kia bức tường.

Trân trọng

A.Lincoln

Cần nhớ rằng một vẻ ngoài giàu có hoặc phong thái quý tộc không nói lên điều gì về quan điểm cảm xúc bên trong một người về vấn đề tiền bạc! mọi hành động gìn giữ tiền bạc hay tài sản dù là với mục đích tốt hay xấu đều mang những ý nghĩa cảm xúc nhất định.

Suốt nhiều năm qua, tôi đã đặt một câu hỏi thú vị với các học viên, khán giả, giới sinh viên, doanh nhân và trí thức để tìm hiểu câu trả lời theo phản xạ của họ như thế nào. Câu hỏi đó là:

"Nếu nhà bạn bị cháy và bạn chỉ có một mình, bạn sẽ làm gì đầu tiên?"

Kết quả, những người trả lời rằng họ sẽ ngay lập tức cứu lấy tiền bạc hoặc những món đồ có giá trị nhất định trước khi chạy ra khỏi nhà chiếm số lượng áp đảo trong các cuộc khảo sát.

Đó là những thứ gì?

"Tôi có một bộ sưu tập tem quý giá.Nó là kết quả hai mươi năm thu thập miệt mài của tôi"

"Tôi sẽ cứu lấy cái áo lông thú mới mua. Tôi không muốn nó bị cháy sém dù chỉ là một chút"

"Lấy ngay ba trăm đô trong phòng.Tôi muốn gửi tiết kiệm số tiền này Tử lâu rồi mà chưa có thời gian. Sự cố này sẽ giúp tôi phải cẩn trọng hơn"

"Cây đàn măng đô lin. Nó là người bạn thân nhất của tôi, đặc biệt những khi tôi cảm thấy khó chịu hoặc bực dọc. Sở thích chơi đàn giúp tôi hạ hỏa và yêu đời hơn"

“Tôi sẽ cứu lấy hai bộ cánh mới tậu. Mọi người khen tôi xinh đẹp miết kể Tử khi tôi mặc chúng.”

“Mấy chiếc nhẫn hột xoàn của tôi. Kể cả khi nhà tôi cháy thành tro và tôi phải chờ đợi thật lâu mới được nhận tiền bảo hiểm, tôi vẫn có thể bán chúng để kiếm chút đỉnh sống qua ngày”

“Tôi phải giữ được cái bóp tiền của mình. Tôi không thể đi đâu hay làm gì nếu không có nó”

“Những chiếc vé du lịch châu Âu. Hai vợ chồng tôi đã dành dụm cả đời để mua được chúng. Kể cả khi nhà chúng tôi cháy rụi, chúng tôi vẫn sẽ đi”

“Kệ sách của tôi. Tôi mà mất chúng thì đến bảo hiểm cũng không đền nổi.Tôi có sưu tập một vài cuốn sách vô cùng giá trị và không thể thay thế được. Chúng sẽ tan tành mây khói trong đám cháy!”

“Tôi sẽ vớ ngay chiếc kèn hamnonica yêu thíchcủa mình. Nó là bùa may của tôi và đã song hành cùng tôi suốt ba năm qua.Những khitôi cố tình rờikhỏi nhà mà không mang theo nó, tôi vẫn phải trở lại để lấy nó kế cả khi hành động này khiến tôi trễ giờ làm.Xem này, nó đây!”

“Nế*u* nhà bạn bị cháy và bạn chỉ có một mình, bạn sẽ làm gì đầu tiên?”

Nghĩ kỹ xem! Bạn sẽ cố gắng cứu lấy thứ gì trước khi thoát thân?

Vì sao sự phung phí có thể khiến bạn chú ý

Một người đàn ông đến trạm sửa ô-tô để sửa chiếc xe của mình

Ở đó, ông nhìn thấy một người thợ sửa xe mặc đồng phục nghiêm chỉnh đang chăm sóc cho một chiếc ô-tô khác. Anh ta thay nhớt cho xe, thử

ga, vệ sinh các ghế ngồi trong xe sau khi đã rửa tay sạch sẽ, kiểm tra cả bốn bánh xe lẫn lốp dự phòng, cọ sạch mọi vết bẩn trên viền trước và sau ô-tô.

Ông khách bèn tiến đến chỗ người chủ trạm sửa xe-vốn là mộtngười bạn của ông - và chỉ tay vào người thợ mẫn cán kia. “Tôi quan sát anh ta nãy giờ Mike à. Đó hẳn là một anh thợ rất chăm chỉ và gương mẫu nhỉ?"

"Anh chàng đó hả?" người chủ trạm sửa xe phá lên cười, "Ừ đúng rồi, vì đó là xe của anh ta mà!"

Tử Huyệt Tiền Bạc có hai mặt. Một mặt chúng ta luôn khao khát có thật nhiều tiền và tài sản cũng như giữ cho chúng luôn trong tình trạng tốt nhất có thể. Mặt khác, chúng ta cũng lo sợ những khoản chi đột xuất, những biến cố gây mất tiền hoặc hư hại tài sản.

Người chủ một nhà giữ xe ở thành phố lớn đã vận dụng kiến thức này để giành lấy lợi thế cạnh tranh trong kinh doanh.

Nhà xe của ông ta nằm cách hai khối chung cư lớn so với những bãi khác gần khu trung tâm hơn. Phần lớn những người đi mô tô thích gửi ở những bãi xe gần trung tâm cho thuận tiện và không muốn phí thời gian và công sức chạy xa hơn để đến nhà xe của người đàn ông này. Do vậy, rất nhiều bữa nhà xe của ông trống đến hơn nửa.

Để thu hút nhiều người đến đây gửi xe, người chủ nhà xe quyết định giảm giá, có những chế độ ưu đãi đặc biệt, cải tạo nhà xe và gắn nhiều tấm biển với nội dung "NHÀ GIỮ XE" và "NƠI ĐÂY CÓ GIỮ XE"

Tất cả những cố gắng trên của ông đều không mang lại kết quả khả quan... cho đến khi ông thêm bốn chữ vào các tấm biển quảng cáo nhà xe

có tác dụng tác dụng đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của người đi đường.

Toàn bộ các tấm biển được đổi thành "NHÀ GIỮ XE CÓ BẢO VỆ RIÊNG"

Kể Từ đó, nhiều tay lái mô-tô sẵn sàng chạy thêm một quãng đường qua hai khối chung cư để được gửi xe ở một nơi "an toàn và được bảo đảm", và có những ngày nhà xe đông nghẹt đến nỗi không còn chỗ trống. Chính nhân tố gây chú ý kỳ diệu trong tấm biển "Nhà giữ xe có bào vệ riêng" đã tạo nên lợi thế cạnh tranh cho người kinh doanh dịch vụ giữ xe nọ.

Mặt trái của Tử Huyệt Tiền Bạc, tức nỗi sợ mất mát tiền hoặc tài sản cũng có khả năng đánh động tâm trí, gây chú ý và duy trì sự chú ý hiệu quả không thua gì khát khao hoặc sự ham muốn tiền bạc. Tuy vậy, việc vận dụng mặt trái này cần phải thận trọng, và bạn cần phải lường trước được những hệ quả có thể xảy ra sau đó.

Một hợp tác xã trồng cây ăn quả nổi tiếng ở vùng West Coast đang tìm kiếm một công ty quảng cáo mới cho các sản phẩm của họ. Họ tìm hiểu và xem hồ sơ của nhiều công ty khác nhau để chọn ra được hai cái tên nổi bật nhất.

Đại diện của cả hai công ty được mời trình diện trước một hội đồng gồm các nông dân trông cây ăn quả của hợp tác xã.

Một trong hai người đại diện trình bày tác hại của việc chọn một công ty quảng cáo chuyên sử dụng lại những ý tưởng sẵn có. Để minh họa cho luận điểm của mình, anh ta chỉ cho cả hội đồng xem một bức tranh tĩnh vật rất đẹp bằng sơn dầu miêu tả một bát trái cây.

Sau đó, anh ta ném ầm bức tranh xuống đất, dùng chân giẫm đạp dữ dội lên đó như muốn nghiền nát bức tranh, đồng thời nói lớn với cả hội đồng rằng: "Thứ này nhìn đẹp là thế; nhưng giá trị của nó chỉ là một con số không. Đã làm quảng cáo thực thụ thì không được sao chép ý tưởng của người khác và chúng tôi tự hào là những nhà quảng cáo chân chính. Đầu tiên, chúng tôi cần biết vấn đề của quý vị là gì!”

Cách thể hiện của vị đại diện trên thực sự rất ấn tượng, thu hút sự chú ý của cả hội đồng Tử đầu đến cuối. Nhưng hành động giẫm đạp và nghiền nát một bức tranh đẹp của anh ta đã khiến cho các khán giả liên tưởng đến sự phung phí.

Điều đó đánh động cảm xúc của những người nông dân trong hội đồng một cách mãnh liệt. Họ cho rằng nhà quảng cáo kia đã đối xử nhẫn tâm với một bức tranh như thế thì hẳn là cũng sẽ xem tiền như cỏ rác và mặc sức phung phí! Đến lúc đưa ra quyết định, cả hội đồng nhất trí chọn công ty quảng cáo còn lại!

Nhưng nếu nỗi sợ mất tiền được định hướng đứng đắn, nó sẽ tạo ra những hiệu quả và ưu thế tích cực không ngờ, kế cá vói đám đông quần chúng.

Cecil B. DeMille, một trong những nhà sản xuất phim thành công nhất Hollywood, đã minh chứng điều này trong sự nghiệp làm phim lừng danh của mình.

Thời điểm đó, ông bắt đầu một dự án làm phim mà ông tin rằng kết quả cuối cùng sẽ là một bộ phim có khả năng "gây cháy mọi phòng vé". Mặc dù ông rất hài lòng với cốt truyện phim cũng như dàn diễn viên đã chọn, song suốt một thời gian dài ông vẫn có cảm giác không ổn, rằng tác

phẩm của mình chưa thực sự đủ thuyết phục để lôi kéo công chúng đến rạp.

Thế là ông bèn đi mua một chiếc áo ngủ hàng hiệu đắt tiền làm Từ lông của loài sóc sin-sin với giá 1.500$ - một cái giá hãi hùng với mức sống thời bấy giờ. Trong bộ phim, ông thực hiện một cảnh quay mà trong đó, nữ diễn viên chính nắm chặt lấy chiếc áo lông thú và kéo lê nó trên nền đất một cách không thương tiếc!

Cả khán giả lẫn những người làm phim đều sốc sặc sụa.

Một sự "xài sang" hoang phí không thể chấp nhận được!

Hàng loạt tờ báo danh tiếng và giới truyền thông giật tít câu chuyện ngay trên trang bìa. Nhiều cây bút đã phẫn nộ phê phán cảnh quay đó và "tôn vinh" chiếc áo lông thú của DeMille làm biểu tượng kinh điển của sự hoang phí.

Công chứng không ngừng tò mò, bình phẩm, tranh cãi và lũ lượt đến rạp để xem cho được bộ phim.

Thống kê phòng vé cho thấy chi tiết chiếc áo lông thú giá 1.500$ gây sốc với khả năng Thôi Miên Cảm Xúc cực độ đã giúp bộ phim thu về 250.000$ sau một tuần công chiếu - một con số rất ấn tượng thời bấy giờ!

Bạn thấy đấy, sự hoang phí tiền bạc gây hiệu ứng mạnh mẽkhông thua gì tiết kiệm hay bổng lộc.

Chúng là hai mặt đối lập của Tiền Bạc, một trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của con người - nền tảng của mọi hành động, cảm nhận và những mối bận tâm của chúng ta!

Những suy nghĩ giúp bạn đập tan mọi lo âu về tiền bạc

Ngay cả những người vỗ ngực cho rằng cuộc sống của mình đã quá sung sướng và no đủ vẫn có thể bị hấp dẫn bởi chủ đề Tiền Bạc. Tiền Bạc ăn sâu bén rễ vào cuộc sống của chúng ta đến nỗi khi trưởng thành, chúng ta mất ăn mất ngủ vì Tiền Bạc nhiều hơn bất kỳ giai đoạn nào khác trong cuộc đời.

“Ôi, Tiền, Tiền, Tiền", Ogden Nash Từng viết, "ta không nghĩ chúng linh thiêng đên thế- chúng đi ra xối xả nhưng đi vào nhỏ giọt!"

Tử Huyệt Tiền Bạc bao gồm mọi vấn đề liên quan đến tiền như kiếm tiền, giữ tiền, mua bán, tưởng thưởng và đầu tư bằng tiền. Những mong muốn, nỗi sợ, và khát khao liên quan đến tiền đều gắn liền vói quyền sở hữu tài sản, quyền lực kinh tế và những cảm nhận, mong đợi về "một tương lai được đảm bảo.”

Đối với nhiều người trong chúng ta, Tiền Bạc chính là tử huyệt lớn nhất bất kể chúng ta có ít nhiều những tử huyệt khác hay không.

Những thái độ và niềm tin cá nhân về Tiền Bạc của mỗi người được biểu hiện rõ nét trong mọi lời nói và hành vi của họ, Tử việc đi mua vài quả trứng cho đến những ứng xử phức tạp hơn trong cuộc sống.

Chỉ cần quan sát một cách tinh tế những hành vi bên ngoài của một người, bạn sẽ dễ dàng xác định được rằng Tiền Bạc có phải là tử huyệt chủ đạo của họ hay không

Bà B là một bà nội trợ, một người mẹ, và là một người vị lợi chính hiệu.

Cha mẹ bà ấy hiện đã qua đời. Hồi bà còn nhỏ, gia đình bà rất nghèo. Cha của bà là một diễn viên thường xuyên thất nghiệp và bất đắc chí; hầu

hết những vai diễn "để đời" của ông được trình diễn trên một "sân khấu" tròn, màu hồng và cao chừng một thước - thực chất là chiếc bàn bếp của cả nhà. "Người nhắc tuồng" của ông ấy là rượu, còn vợ con ông ấy là những khán giả trung thành bất đắc dĩ. Vì có một ông chồng không biết lo như thế, mẹ của bà B. phải gánh vác vai trò trụ cột gia đình, thường xuyên vắt kiệt sức khỏe của bản thân bằng công việc thợ giặt ủi cực khổ với thu nhập chết đói, không đủ trang trải những nhu cầu vật chất và tinh thần của cô con gái đang tuổi ăn tuổi lớn

Vì sống trong gia cảnh ngặt nghèo như vậy, bà B. đã phải bươn chải kiếm sống Tử thuở mười hai, và lập gia đình năm mười chín tuổi

Suốt khoảng thời gian Tử lúc vào đời cho đến khi lấy chồng đã làm lụng vất vả để mang lại cho gia đình "vài thứ mà tôi đã không có được khi còn nhỏ”

Trong bữa tiệc cưới đơn sơ vội vã của mình, bà B. đã chỉ cho mẹ mình thấy sự tằn tiện đã được trui rèn qua những năm tháng nghèo túng của mình với món trứng bác (hay còn gọi là trứng khuấy).

"Hãy lấy ruột bánh mì chấm nước uống để nó giãn nở và làm cho phần ăn có vẻ đầy hơn", bà khuyên mọi người trong nhà. "Chỉ cần lọc hết vỏ trứng là xong. Món trứng bác này có vị rất được mà lại còn vừa bụng. Hãy luôn tiết kiệm hết mức có thể, nhất là khi bạn ở trong một gia đình đông người!"

Cả cha mẹ lẫn hai người chị của bà B. đều tự hào với hàng xóm láng giềng về người "nữ siêu nhân đảm đang của cả gia đình. Nó tự may quần áo cho mình, biết cách tái chế quần áo cũ theo những cách không thể ngờ được. Nó rất chi li tằn tiện và tiết kiệm đến Từng cái bánh xà phòng. Ôi,

anh không thể tưởng tượng được khả năng quán xuyến gia đình tài tình của nó đâu! Con gái đảm đang như nó thời nay chỉ có nước mò kim đáy bể"

Đó chính là lý do họ dùng để thúc ép ông B. cưới gấp bà B. "nếu không muốn nó bị người khác cuỗm mất!"

Thếlà hai người họ cưới nhau.

Nỗi ám ảnh cực đoan về Tiền Bạc của bà B. sớm lộ diện ngay từ trước cả khi trăng mật. Bà tính toán, chi tiêu dè sẻn đến Từng đồng một, trả giá tất tần tật mọi thứ và tự mình đảm đương mọi việc cho đúng ý mình.

Mỗi khi một người bán hàng bất kỳ đề xuất bà nên mua thêm hoặc chuyển qua kích cỡ lớn hơn bằng câu nói quen thuộc "Chỉ cần trả thêm vài cent nhưng bà sẽ nhận được giá trị tuyệt vời là..." là bà B. ngắt lời họ ngay tức khắc. Những chế độ ưu đãi như "Hoàn tiền trăm phần trăm" luôn hấp dẫn bà và khiến bà phải đắn đo suy nghĩ thiệt hơn rất lâu trước khi đưa ra quyết đinh cuối cùng. Những chương trình khuyến mãi với những lời chào hàng hấp dẫn như "GIÁ ƯU ĐÃI CHỈ-MỘT-LẦN- TRONG-ĐỜI" khiến bà B. bồn chồn ngay lập tức!

Một trong những ngăn tủ quần áo của bà chât đầy những hộp băng vệ sinh mà bà mua và tích lũy Tử những đợt giảm giá "rẻ không thể tin được!"

Cô con gái 12 tuổi của bà B thường xuyên năn nỉ mẹ cho mình được sử dụng ngăn tủ đó để treo quần áo và đề nghị mẹ đem cho bớt những hộp băng vệ sinh ấy cho rộng chỗ.

Bà B. lạnh lùng đáp lại: "Đây không phải là việc của con. Mẹ đã phải trả rất nhiều tiền cho những thứ ấy vì chúng không miễn phí tí nào!"

Thế là yêu cầu chính đáng của cô con gái bị bác bỏ không thương tiếc.

Không những tằn tiện với chính mình, bà B. còn không ngừng dạy dỗ và áp đặt chính sách tằn tiện lên cô con gái và cậu con trai chín tuổi; và hiển nhiên là chồng bà cũng không thoát được. Càng lúc bà càng trở nên cay nghiệt, căng thẳng và đáng sợ trong mắt mọi thành viên trong gia đình. Với những người như bà B., lối sống tằn tiện không chỉ đơn giản là một nhu cầu, mà nó đã ăn sâu bám rễ vào người bà như một bản năng. Bà B. đã để cho thái độ cực đoan về Tiền Bạc của bản thân mặc sức tung hoành:NÓ đóng kín trái tim nồng hậu cởi mở của bà, cô lập con người bà, làm hao mòn sức khỏe của bà, và khiến bà mất dần sự tôn trọng Tử chồng con.

Vì phải chịu đựng vợ suốt một thời gian dài, ông B – người vốn dễ tính và ôn hòa-cũng trở nên dễ bực bội và cáu gắt.

Ông yêu hai đứa con của mình, nhưng ghét cay ghét đắng tổ ấmnhà mình. Để trốn nhà, ông kiếm cớ đi ăn tối ngoài đường ba buổi mộttuần. Ăn tối xong, ông còn đi bù khú và tiệc tùng với bạn nhậu để không phải về nhà nghe những "bài ca không quên" dài lê thê về "quốc sách" tiết kiệm của vợ mình. Ông là chủ một cửa hàng bán lẻ ăn nên làm ra nên cuộc sống cũng khá dư dả, nhưng ông và bà B. đã không hề gần gũi nhau hơn hai năm nay.

"Bà ấy cứ mở miệng ra là chỉ có tiền, tiền và tiền, kể cả khi lên giường", ông B thở dài một cách sầu não."Bà ấy ngủ ngay bên cạnh tôi, nhưng tôi luôn có cảm giác hai người chúng tôi đang cách nhau ngàn dặm!"

Giống như hàng nghìn những ông chồng bà vợ khác, bà B. sống chỉ vì đó là cuộc sống. Đôi với bà, cuộc sông chỉ đơn giản là mỗi ngày hít vào thở ra. Những ngày Chủ nhật hay ngày nghỉ chỉ đơn giản là "những ngày khác trong tuần."

Những người như bà B. không nghĩ rằng sống là phải vui, vì họ không biết cách giao tiếp hiệu quả để khơi dậy những cảm xúc và động lực sống tích cực cho mình.

Sau khi nghe ông B. giãi bày, tôi đã mường tượng bà B. là một người phụ nữ hà tiện với vẻ ngoài khắc khổ, lêu nghêu, gầy guộc đi với một khuôn mặt dài, ôm và tóc búi sau đầu.

Nhưng khi tôi được trực tiếp gặp bà ấy, tôi mới biết đó là một người phụ nữ có nước da ngăm, trang phục gọn gàng, khuôn mặt được trang điểm nhẹ với vài nét chấm phá làm điểm nhấn. Bà ấy chừng ba mươi sáu tuổi và có chiều cao trung bình. Môi bà ấy mím chặt vào nhau tạo ra những nếp nhăn rất rõ và mạnh ở hai bên mép.

Bà B. đang giận dữ.

Vì ông B. dám "vạch áo cho người xem lưng", kể tôi nghe về mốiquan hệ đang rạn nứt giữa họ. Thuật Thôi Miên Cảm Xúc đã giúp cho bao nhiêu người thành công hơn trong giao tiếp cũng như hàn gắn được bao nhiêu mối quan hệ đổ vỡ hoặc trên bờ vực đổ vỡ, nên không có lý nào nó lại không giúp được ông bà B.! Bà ấy vẫn đang nổi cơn tam bành và xỉ vả tôi.

Sau những "bài staccato dữ dội và những khúc crescendo mãnh liệt" khó quên kéo dài ba phút, bà B. bật khóc và mếu máo như xin lỗi.

Bà thừa nhận Tiền Bạc chính là nỗi ám ảnh lớn nhất của bà, được vun bồi và nuôi lớn Tử tuổi thơ thiếu thốn bởi những kinh nghiệm bươn chải ngoài đời.

Khi bà kết hôn và làm mẹ, lần đầu tiên trong đời bà có quyền được làm chủ và áp đặt thái độ sống vì Tiền Bạc của mình lên mọi người trong nhà -

những người không có sự lựa chọn nào khác ngoài nghĩa vụ lắng nghe bà triệt để. Bà thích cảm giác đó mà không nghĩ rằng chồng và các con mình càng lúc càng e sợ và mất dần sự tôn trọng dành cho mình.

Bất kỳ người nào cũng có thể trở thành nạn nhân của nỗi ám ảnh tên Tiền Bạc, cả những khát khao lẫn nỗi sợ liên quan đến chúng, bởi vì Tiền Bạc là một trong Bộ Tứ Tử Huyệt cảm Xúc của con người - những điểm yếu chết người mang tính bản năng mà chúng ta không thể chống lại một sớm một chiều được

Tuy nhiên, khi nỗi ám ảnh Tiền Bạc của một người trở nên cực đoan đến nỗi biểu hiện ra hành xử bên ngoài và gây khổ sở cho những người xung quanh, nó cũng đang đồng thời làm tổn thương chính bản thân họ!

Trong trường hợp của bà B. cũng như hàng nghìn những trường hợp tương tự khác, tình trạng này chỉ chấm dứt khi khi và chỉ khi Tử Huyệt Cảm Xúc được xác định đúng và giải quyết Tử gốc

Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ cung cấp cho bạn Hai Suy Nghĩ giúp bạn Đập Tan Mọi Lo Âu về Tiền Bạc:

1. - CÁCH TỐT NHẤT ĐỂ RÈN LUYỆN THÓI QUEN TIẾT KIỆM TIỀNCHÍNH LÀ... TIÊU TIỀN:

Vâng, tiết kiệm tiền không phải là cách tốt nhất để lĩnh hội nghệ thuật dùng tiền như hầu hết chúng ta thường lầm tưởng

Bạn muốn rèn luyện thói quen tiết kiệm lâu dài ư? Hãy bắt đầu bằng việc nhìn xem mình đang có bao nhiêu tiền... sau đó, hãy tiêu xài số tiền đó sao cho có lợi nhất cho cảm xúc của bản thân.

Cách tiết kiệm hiệu quả nhất chính là hạn chế mua những đồ dùng lặt

vặt không quá cần thiết. Vì bạnthường không có nhiều sự gắn kết sâu đậm về mặt cảm xúc với những thứ đồ dùng đó, nên việc kìm chếbản thân mình mua chúng không khiến cho bạn quá khó chịu hay khổsở. "Tích tiểu thành đại" - việc tiết kiệm được nhiều khoản chi nhỏ theothời gian sẽ giúp bạn dành dụm được nhiều hơn mình tưởng.

Khi bạn phải mua một món đồ đắt tiền, hãy thu thập thông tin vàtham vấn ý kiến của những người xung quanh xem nó có thực sự cần thiết và xứng đáng với số tiền bạn bỏ ra hay không. Những người kháccó thể đồng ý hoặc không đồng ý với bạn, nhưng điều chắc chắn là một khi bạn hỏi và họ trả lời, những ý kiến của họ đã thâm nhập và yên vị trong tâm trí của bạn.

Sau đó, nếu bạn quyết định không mua, những ý kiến đó góp phần giúp bạn không phải day dứt; chúng giúp mang lại cho bạn cảm giác rằng bạn đã có một quyết định đúng. Còn nếu bạn thực sự mua nó, bạn sẽ càng hài lòng và trân quý món hàng đó hơn - vì bạn có thêm sự tự tin và đảm bảo Tử ý kiến đồng tình của những người khác nữa.

Dù là bạn quyết định thế nào, thông điệp bạn cần nhớ ở đây là: Tiêu tiền chính là cách tốt nhất để rèn luyện tính tiết kiệm. Cách này có thể khiến bạn cần nhiều thời gian hơn để ra quyết định, nhưng một khi bạn dành thời gian suy nghĩ, hỏi han và đi đến quyết định, mọi nỗi lo âu về Tiền Bạc của bạn đã tan biến Tử đời nào!

2. - SỐNG TẰN TIỆN KHI VÀ CHỈ KHI ĐÓ LÀ ĐIỀU BẠN MUỐN:

Bạn không nên sống quá tằn tiện hoặc chi tiêu dè sẻn nếu lối sống đó không đủ để đáp ứng những mục tiêu và nhu cầu cảm xúc của bản thân

bạn.

Nếu bạn cố gắng ép mình chọn lối sống "trùm sò" nhưng bản thân không cảm thấy vui vẻ hay hạnh phúc, bạn có thể tiết kiệm được vài đồng bạc lẻ, nhưng cái được này chẳng thấm vào đâu so với cái mất về mặt cảm xúc và tinh thần.

Những người sống tằn tiện như một "thú đau thương" thường sẵn có động lực tiết kiệm rất mạnh; đối với họ, việc dành dụm tiền bạc cho họ cảm giác thành công như thể đang đứng trên đỉnh thế giới. Lối sống tiết kiệm như một biểu hiện của thành công sẽ tạo ra khát khao về mặt Danh Tiếng - một sự bổ trợ mạnh mẽ cho động cơ tiết kiệm sẵn có và triệt tiêu hết mọi cảm giác khó chịu khi phải sống thiếu thốn. Chỉ khi làm được như thế bạn mới nên chọn cho mình lối sống tằn tiện, vì nó sẽ thực sự mang lại lợi ích cho bạn thay vì cảm giác đau khổ bất hạnh như với những người bình thường khác.

Nếu không hiểu điều này, bạn sẽ chính là người lãnh đủ những đau khổ bất hạnh đó!

Sống tằn tiện là tốt, khi và chỉ khi bạn thích như thế!

Suốt nhiều năm qua, tôi đã chia sẻ hai bí kíp này với hàng nghìn người. Chúng giúp mọi người nhận ra rằng họ chỉ có thể học được thái độ đúng đắn về Tiền Bạc khi và chi khi họ sử dụng tiền trên cơ sở những động lực cảm xúc của bản thân cũng như của những người họ giao tiếp.

Không cần biết ai đang giao tiếp với bạn, họ chắc chắn sở hữu một Tử Huyệt Tiền Bạc có thể mạnh hoặc yếu hơn tử huyệt của bạn. Đây lại là một lý do khác cho thấy tầm quan trọng của việc khám phá và nhận diện được

nhân tố gây chú ý chủ đạo của đối phương khi bạn giao tiếp với họ. Nếu không, bạn vừa không khiến được đối phương lắng nghe mình, vừa không giao tiếp được với chính mình, và điều này sẽ dẫn đến những sự hiểu lầm hoặc lo lắng không đáng có.

Thôi Miên Cảm Xúc là một kỹ thuật nhiệm màu giúp bạn tống khứ được mọi nỗi lo âu, sợ hãi và bực dọc, và lợi ích này sẽ được phân tích và triển khai trong chương Tám. Do vậy, điều tốt nhất bạn nên làm lúc này chính là ghi chú hai suy nghĩ tích cực về tiền bạc mà tôi đã diễn giải ở phần trên:

1. Cách tốt nhất để rèn luyện thói quen tiết kiệm tiền chính là tiêu tiền.

2.Sống tằn tiện khi và chỉ khi đó là điều bạn muốn.

Hai suy nghĩ trên giúp bạn đập tan mọi nỗi lo âu về Tiền Bạc và làm chủ cảm xúc của mình tốt hơn trong mọi tình huống của cuộc sống.

Chương 6:

Vận dụng Tử Huyệt Tình Yêu trong đối nhân xử thế

Quý ông James D, ba mươi hai tuổi là một trong hai đối tác " 50-50 " của một nhà máy nhỏ. Thực chất, anh ta đóng góp cho nhà máy nhiều hơn những gì mình bỏ ra và đã đầu tư vào đó phần lớn số tiền mình có.

Nhưng những lúc phải ra những quyết định quan trọng liên quan đến

công ty, cả James và đối tác của mình ít khi nhất trí. Mỗi khi bất đồng như thế, đối tác của James lại đe dọa kết thúc việc hợp tác làm ăn này. Nếu chuyện đó xảy ra, James sẽ mất phần lớn tài sản trong vô ích, chưa kể nhà máy hoạt động chưa được bao lâu và vẫn còn rất non trẻ.

Rất nhiều lần James phải nhượng bộ người đối tác quá quắt của mình.

Một ngày nọ, James tìm được một đôi tai dễ thương biết lắng nghe và cảm thông với những nỗi lo lắng muộn phiền trong công việc của anh. Grace, một cô gái tóc vàng xinh đẹp 28 tuổi. Chưa đầy sáu tháng quen nhau, họ quyết định làm lễ đính hôn. Buổi tiệc sẽ do mẹ của Grace tổ chức.

" Chúng chưa làm đám cưới được đâu" , mẹ của Grace tiết lộ với một vài người bạn thân thiết. "Tôi chưa biết James thực sự là một đứa thế nào. Buổi lễ đính hôn sắp tới sẽ không có một đứa con gái nào vừa độc thân lại vừa xinh đẹp như Grace. Nhưng chúng ta cần phải chờ xem!"

Trong số những người khách được mời tới buổi tiệc có Barbara - người chị họ "không được xinh đẹp cho lắm" của Grace.

Vâng, Barbara độc thân nhưng không xinh, một cô nàng trông rất đỗi bình thường, giản dị và chẳng có nét gì quyến rũ. Trừ cái xâu chuỗi vỏ sò trên cổ , cô phối một chiếc áo vest với váy màu xanh biển trông như áo công sở, quê mùa và không phù hợp với một bữa tiệc như thế này.

Barbara lớn hơn Grace ba tháng tuổi. Nhưng nhờ mái tóc cúp bế kiểu Buster Brown , trông cô trẻ hơn ba tuổi so với tuổi thật.

Trong buổi tiệc, Grace nắm chặt lấy bàn tay phải của James như thể sở hữu người yêu của mình. "Sau khi chúng ta lấy nhau" , cô cố tình nói lớn tiêng để mọi người cùng nghe, "Đây sẽ là một mối quan hệ 50-50 trong

mọi việc nhé. Anh đồng ý chứ, James?"

Bỗng nhiên, Barbara cất tiếng còn trước cả khi James kịp gật đầu.

"Chị mà lấy chồng thì sẽ không như thế" , cô chị họ đáp, giữa lúc bản thân James đang gặp rắc rối với một đối tác 50-50 trong công việc. "Ở nhà, chồng chị sẽ là số một, là ông chủ, là người quyết định mọi việc trong nhà!"

James mím môi. Lông mày anh nhô lên với vẻ chăm chú.

Grace có vẻ bị sốc.

Những người khách xung quanh nín thở theo dõi tiếp câu chuyện!

Barbara nói tiếp: "Và nếu chị có chồng, chị sẽ không bao giờ nói "không" với anh ấy. Những gì của chị cũng là của anh ấy- bất cứ khi nào anh ấy muốn, bao gồm những sự hỗ trợ về mặt tài chính, những sự an ủi động viên, là tình yêu của chị và sự thấu hiểu chân thành của chị đối với những khó khăn của anh ấy!"

Vẻ mặt của James vui như bắt được vàng.

Grace không thể nói gì được.

Mẹ của Grace cố gắng đổi chủ đề: "Thôi nào, tất cả chúng ta hãy thưởng thức chiếc bánh đính hôn do Grace tự tay làm nào!"

Ngay lập tức, James buông tay Grace. Đôi mắt anh vụt sáng hơn bao giờ hết.

Buổi tối hôm sau, anh đích thân gọi điện cho Barbara để hẹn hò.

Hai người họ âm thầm cưới nhau một tháng sau đó. Cũng sau một tháng kể Từ lễ cưới, chính James chủ động yêu cầu người đối tác làm ăn

của mình hủy bỏ vụ hợp tác 50-50. Tin tốt lành ở chỗ, người đôi tác đòng ý bán lại tất cả cho anh.

Mọi điều tốt đẹp bắt đầu chỉ Tử cảm xúc Tình yêu!

Nhờ hỏi chuyện mấy người khách trong buổi tiệc đính hôn, Barbara đã biết đến rắc rối của James với người đối tác 50-50 - một vấn đề đã và đang chiếm trọn tâm trí của anh trong một thời gian dài.

Khao khát tình yêu và hôn nhân đã luôn cháy bỏng trong đầu Barbara và nó đã bộc phát đúng lúc! Nó giúp cô nắm bắt chính xác Tử huyệt cảm xúc của James.

Cô thốt ra những ngôn từ thỏa mãn cảm xúc của James, cộng với một số nội dung hấp dẫn về Danh tiếng cũng như các phạm trù hấp dẫn khác. Kết quả là, James cảm thấy Barbara sẽ là sự lựa chọn tốt và chắc chắn hơn so với Grace.

Tại sao James lại phản ứng với lời nói của Barbara ngay tại thời điểm nhạy cảm đó? Vì lúc đó lời nói của Grace đã không chạm được vào những cảm xúc thích hợp của anh, khao khát Danh tiếng và những nỗi lo về Tiền bạc của anh. Lúc đó, cô chưa hề đạt đến vị trí là "nửa kia duy nhất" cảu James bất chấp việc anh đang đính hôn với cô!

Những gì diễn ra cho thấy trái tim James vẫn đang rộng mở đợi một cô gái "đúng" hơn, kể cả trong một buổi lễ đính hôn như thế!

Là phụ nữ, bạn sẽ không bao giờ có thể nắm bắt được trái tim của người đàn ông trừ khi bạn biết dùng ngôn từ và hành động để đánh động chính xác những Tử huyệt cảm xúc trong anh ấy!

Sự Hấp Dẫn Giới Tính Và Khao Khát Kết Hôn

Một cô gái, dù đẹp hay không đẹp, đều có thể kết hôn được cho mình một tấm chồng ưng ý với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Một khuôn mặt xinh đẹp, một thân hình quyến rũ, tuổi tác hay tình trạng tài chính, tất cả đều không quan trọng. Chỉ cần cô ấy gặp được người đàn ông mình thích và vận dụng khéo léo thuật Thôi Miên Cảm Xúc, cô ấy sẽ có một đám cưới như ý!

Tương tự, nếu bạn là đàn ông, bạn không cần phải lo lắng về ngoại hình hay tính nhút nhát của bản thân. Bạn hoàn toàn có thể tìm thấy người phụ nữ của đời mình, kết hôn với cô ấy và sống hạnh phúc bên nhau trọn đời nếu bạn biết nói những ngôn từ có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc cô ấy!

Nói một cách ví von, Tình Yêu là một trong những chiếc túi của chiếc áo cảm xúc mà mỗi người chúng ta mặc vào. Thú vị hơn, nó là chiếc túi được sử dụng những lúc chúng ta không ngờ đến nhất. Thú vị hơn nữa, chúng ta có thể tác động vào chiếc túi đó trên người khác, bởi Tình Yêu là một trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc làm nên thái độ sống và mô thức cảm xúc của mỗi con người.

Giống như những Tử Huyệt Cảm Xúc còn lại, Tử Huyệt Tình Yêu song hành cùng con người Tử thuở lọt lòng. Nó mang lại cho con người cả hạnh phúc lẫn đau khổ, Tử những mộng mị lãng mạn cho đến những mâu thuẫn bực dọc.

Tử Huyệt Tình Yêu gồm có nhiều dạng:

1 Sự hấp dẫn giới tính và khao khát kết hôn;

2. Lời hứa hẹn Tương Lai;

3. Trải nghiệm mới;

Cần phân biệt rằng những sự thỏa mãn về mặt thể xác hay tình dục thuộc phạm trù Bản Thân, sự hấp dẫn và khao khát giới tính mới là Tử Huyệt Tình Yêu.

Những nỗi lo sợ hoặc thiếu thốn về tình yêu cũng có tác động mạnh mẽ không kém gì những khao khát và ước mơ Tình Yêu. Tất cả chúng đều là những nhân tố quyền năng đủ sức gây bấn loạn tâm trí của bất kì ai.
Cũng như các tử huyệt khác, Tử huyệt tình yêu có hai mặt tích cực và tiêu cực, và hiện hữu một cách hiển nhiên trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta.

Bạn thử lấy một tờ báo bất kỳ và mở ra trang 3.

Nhìn qua hết những tít báo nổi bật trên đó.

Một bài viết dài bốn cột với tiêu đề: "TỔNG THỐNG THÔNG QUA GÓI TÀI TRỢ MỚI". Một bài viết khác dài hai cột có nhan đề: " HAI CUỘC DIỄU HÀNH VÀO NGÀY CHỦ NHẬT". Một cột bài viết có tựa: " NGƯỜI CHIẾN BINH DŨNG MÃNH ĐẤU TRANH DÀNH LẤY SỰ SỐNG". Một mẩu tin nửa cột ghi: "BIỂU TÌNH LAN RỘNG".

Một mẩu tin nhỏ hơn nữa, chỉ dài Từng năm phân có tiêu đề: "THIẾU NỮ KHỎA THÂN TÓC HUNG ĐỎ VẪN CÒN SỐNG".

Bạn đoán xem, bài viết nào sẽ khiến độc giả chú ý đầu tiên và nhớ nhất?

Bạn đoán chính xác! Chính là câu chuyện về "thiếu nữ khỏa thân tóc hung đỏ!". Nó Thôi Miên Cảm Xúc chúng ta mạnh hơn tất cả những câu chuyện quốc gia đại sự hoành tráng kia, kể cả với độc giả nữ!

Bí kíp để có một tiêu đề hấp dẫn cũng tương tự với bí kíp thành công trong cuộc sống: Không cần biết bạn quyền cao chức trọng thế nào, mà quan trọng là khả năng hấp dẫn CẢM XÚC của bạn hiệu quả cỡ nào thôi!

Tiếp tục với tờ báo đang đọc, bạn lật đến các trang hình ảnh. Đôi mắt bạn lướt qua các ô hình, nhưng chúng ta sẽ dừng lại lâu hơn ở bức hình nào?

Một bức hình khiêu gợi gồm hai thiếu nữ ngồi bắt chéo chân với chiếc váy ngắn cũn cỡn để lộ gần hết cả đùi!

Nếu bức hình hai cô nàng bắt chéo chân này nằm trên cùng một trang với một tấm hình khác miêu tả một vũ nữ tóc vàng hoe trong trang phục thiếu vải Tử đầu đến chân, hẳn là bạn sẽ nhảy sang cô vũ nữ. So sánh hai hình ảnh đó với nhau, rõ ràng là cô gái tóc vàng trông khêu gợi hơn.

Những bức ảnh đó đã chạm vào tử huyệt tình yêu của bạn. Cụ thể, bạn bị quyến rũ bởi lời hứa hẹn trong đó, chứ không hẳn là một sự thỏa mãn đơn thuần!

Giả sử bạn làm quản lý trong một công ty.

Sếp của bạn đang đứng ngay trước mặt để hướng dẫn bạn một cách thật chi tiết cụ thể về cách sử dụng một chiếc máy khá phức tạp của công ty. Bạn phải học cách sử dụng nó thành thạo để hướng dẫn lại cho các nhân viên dưới quyền. Bạn thừa biết là sếp không có thời gian nhắc lại những chỉ dẫn, nên bạn cố gắng căng mắt nhíu mày để tập trung hoàn toàn vào những lời vàng ngọc của sếp.

Bạn đã rất chăm chú vào công việc … cho đến khi nhìn thấy cô nàng tiếp tân Tessie đi ngang qua.

Trong khi sếp vẫn đang hướng dẫn bạn tận tình, thì bạn lại mải nhìn Tessie: nàng mặc một chiếc áo len màu hồng bó sát, khiến cho bộ ngực nàng lộ rõ và đung đưa khi nàng đang di chuyển.

Sếp vẫn cứ thao thao bất tuyệt, còn bạn, bạn có đang nghe sếp nói?

Đừng hiểu nhầm tôi, bạn có thể là một chàng trai hay cô gái có giáo dục và được dạy dỗ đàng hoàng nhưng dù bạn thích hay không thích bạn vẫn sẽ khó lòng cưỡng lại một sự hấp dẫn giới tính trắng trợn như thế, trừ phi có một điều gì đó khác có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc bạn mạnh hơn cả cô nàng Tessie khêu gợi trong tình huống đó!

Nếu nắm bắt được điều này, người nữ đạo chích chân dài với thân hình quyến rũ sau hẳn là đã không phải vào tù.

Trong các phi vụ ăn trộm của mình cô ta luôn mặc trang phục của mình với phần cổ áo trễ xuống, hở lớn phần bầu ngực. Cô ả đóng giả làm một khách hàng thường xuyên bước chân vào nhiều cửa hiệu nữ trang hoặc kim hoàn ở mọi thành phố khác nhau. Cách thức ăn trộm của cô ta tương tự ở mọi cửa hàng cô ta đặt chân đến.

Cô ả thường ăn diện rất thời trang mỗi khi thực hiện một phi vụ.Khi đã bước chân vào cửa hiệu nữ trang cô ta sẽ tiến tới khu vực bán nhẫn kim cương hột xoàn. Khi người nam nhân viên bán hàng ra phục vụ, cô ta bèn cởi áo choàng và nở một nụ cười quyến rũ. Cô ta cúi người xuống để quan sát những chiếc nhẫn được trưng bày trong tủ kính. Hành động cúi người xuống của cô ta khiến nam nhân viên bán hàng ngay lập tức chú ý tới vòng một của cô ả lấp ló sau phần cổ áo bó sát.

Trong lúc người bán hàng bị mất tập trung, nữ đạo chích sẽ yêu cầu

được xem một trong những khay nhẫn kim cương đính bạch kim cỡ lớn. Một khi đã chắc chắn rằng tay bán hàng đang mải mê ngắm bộ ngực của mình cô ta giấu chiếc nhẫn kim cương thật trong lòng bàn tay và bỏ vào khay một chiếc nhẫn giả có vẻ ngoài tương tự-mọi thứ diễn ra nhanh như cắt.

Để vở kịch được trọn vẹn, cô ta trả lại chiếc khay và hứa hẹn quay trở lại vào ngày hôm sau "…với chồng tôi…" và cảm ơn người nhân viên đã nhiệt tình phục vụ và bỏ đi. Thực chất, cô ta mất tăm mất tích với chiếc nhẫn hột xoàn thật. Trong phần lớn các cửa hàng trang sức, hầu hết các nữ trang trên một khay có hình dáng hoặc thiết kế tương đối giống nhau nên thường phải vài tuần sau các tay bán hàng mới phát hiện mình bị mất trộm.

Gần một năm trời, nữ đạo chích đã thực hiện nhiều phi vụ hốt bạc.Với chiếc áo thời trang hở cổ và bộ ngực đung đưa khêu gợi làm đồng phạm, cô ta đã trộm được một số nhẫn kim cương với tổng trị giá hơn 50.000$ trước khi bị bắt chỉ vì một chút xui xẻo.

Ngày hôm đó, cô ta bước chân vào một cửa hàng nữ trang để thực hiện màn kịch trộm như mọi khi. Lần này người bán hàng là một cụ ông 72 tuổi, cũng là chủ cửa hàng. Với bộ dạng có vẻ đau khổ ông ta đứng chống nạnh trong lúc đợi cô ta lựa nữ trang. Khi cô ả cúi người xuống để phân tán sự chú ý của ông và thực hiện hành vi trộm cắp, ông ta phát hiện ngay cử chỉ tráo nhẫn của cô ta. Ngay lập tức ông nhấn chuông báo động và cảnh sát đã tóm gọn cô ả.

Thực chất vụ trộm đó có thể thành công, vì ông lão này cũng nổi tiếng nhất vùng vì cái tật chuyên tán tỉnh phụ nữ. Bình thường ông ta hẳn đã nhìn ngắm vào bộ ngực đung đưa của nữ đạo chích và tạo cho cô ả trộm nhẫn

suôn sẻ. Nhưng hôm đó là một ngày không may cho cô ta, ông chủ cửa hàng bị đau lưng đột xuất, nên thay vì cái người nhìn ngắm bộ ngực của nữ đạo chích ông ta buộc phải đứng thẳng và chống nạnh cho bớt đau.

Lúc này cơn đau của Bản Thân trỗi dậy mạnh mẽ hơn khao khát giới tính, nhờ vậy mà ông ta không bị phân tán và nhìn ngay hành động tráo nhẫn của nữ đạo chích.

Nếu cô nàng đạo chích khôn hơn chọn một ngày khác để hành sự khi mà người bán hàng đang trong tình trạng sức khỏe và tinh thần phấn chấn hơn cô ta đã có thể có thêm một nạn nhân trong bảng thành tích trộm nhẫn của mình!

Là một Tử Huyệt Cảm Xúc, tình yêu là một thứ chúng ta vừa mong muốn vừa e sợ. Nó là một quyền năng mà chúng ta có thể sử dụng lên người khác và người khác cũng có thể sử dụng nó lên chúng ta.

Trong các ví dụ trước, sức hấp dẫn của giới tính được vận dụng thành công trên đối tượng là đàn ông. Vậy thì ứng dụng trên phụ nữ có được không?

Hoàn toàn được.

Đã gọi là sức hấp dẫn giới tính, thì phụ nữ cũng có thể bị quyến rũ hoặc chi phối bởi đàn ông!

Tuy nhiên trong đa số các trường hợp , sự hấp dẫn giới tính thường không phải là tử huyệt chủ đạo của đối phương. Nó có thể gây tác động nhiều người trong chúng ta, nhưng không phải là tất cả mọi con người, cả đàn ông lẫn phụ nữ.

Như tôi đã từng nói hãy lưu ý đến những khác biệt cụ thể và mang tính

cá nhân của đối tượng mà bạn giao tiếp.

Chúng chính là những biểu hiện cảm xúc mà bạn cần nắm bắt.

Bạn sẽ khám phá ra vô số các phản ứng khác nhau của mọi người mỗi khi bạn trò chuyện về Tình Yêu hay kể chuyện mặn nồng. Bạn sẽ thấy mỗi người có một cảm nhận và cách tiếp nhận về vấn đề giới và tình dục, cũng như mọi đề tài về chính trị đại sự cho đến những chuyện tầm phào thường ngày.

Đối với một số người, hấp dẫn giới tính cũng chỉ là một dạng khác của sự thỏa mãn về thể xác hay bản thân. Với một số người khác nó là sự thỏa mãn về Danh Tiếng, khi sắc đẹp, ngoại hình và sự duyên dáng của họ được công nhận. Nhiều người thậm chí còn cho rằng mỹ nhân kế là một thủ thuật hiệu quả để giải quyết các tranh chấp liên quan đến tiền bạc, công việc và lợi nhuận. Và rất nhiều người cho rằng sự hấp dẫn giới tính chính là khởi đầu cho những mối quan hệ lãng mạn và hôn nhân về sau.

Trong cuộc sống hàng ngày chúng ta có nhiều mối lo toan bận rộn và trách nhiệm khác khiến cho Tử Huyệt Tình Yêu thường bị kìm nén và ngủ yên. Vì nó là cảm xúc nên chúng ta không thể nhìn thấy, nghe thấy hay chạm được vào nó.

Nhưng một khi Tử Huyệt Tình Yêu được thức tỉnh, nó có thể thống trị và cuốn phăng mọi mối bận tâm hay tử huyệt khác!

Tình yêu là một nhân tố thâm nhập tâm trí con người đủ quyền năng để bẻ gãy lập luận và lý trí. Một khi được vận dụng khéo léo, Tình yêu đủ sức đánh bại mọi tử huyệt khác và chèo lái mọi việc theo cách của nó.

Khu dân cư đông đúc nọ có một cửa hàng chụp ảnh khá là nổi tiếng.

Vào mỗi buổi trưa ở đây có rất nhiều khách hàng là các cô gái trẻ đi ra đí vào để hỏi giá và xem qua các tấm ảnh mẫu. Cuộc cạnh tranh giữa các hiệu ảnh khá gay gắt, khiến cho giá cả trở thành một yếu tố nhạy cảm.

Quy mô của hiệu ảnh lại khá nhỏ nên không thể cạnh tranh bằng cách giảm giá.Nếu không biết vận dụng thuật Thôi Miên Cảm Xúc, hẳn là ông chủ cửa tiệm đã đóng cửa tiệm từ lâu chứ không phát đạt như hiện giờ.

Lúc đó ông ta để ý thấy rằng hầu hết các cô gái đến hiệu ảnh để so sánh giá cả đều độc thân!

Sao ông ta biết được?

Ông ta quan sát ngón tay của họ. Chẳng ai có nhẫn!

Lần đầu tiên trong sự nghiệp nhiếp ảnh, ông khám phá ra một nhu cầu cảm xúc triển vọng đến thế Tử các khách hàng tiềm năng của mình.

Ông nhanh chóng vận dụng ngay điều mình vừa khám phá được để khiến cho khách hàng phải sử dụng dịch vụ của mình.

Mỗi khi các cô nàng độc thân kéo đến cửa hiệu của ông, câu đầu tiên họ luôn hỏi là: "Ở đây chụp một tấm ảnh chân dung bao nhiêu tiền?"

Ông chủ tiệm không trả lời ngay.Thay vào đó, ông nở một nụ cười với khách hàng, tiến về phía cái bàn nhỏ.Ông mở ngăn kéo đầu tiên và hỏi:" Các cô có biết lí do vì sao chúng tôi được gọi là 'những nhiếp ảnh gia của may mắn không?"

Trong lúc khách hàng nữ còn bối rối vì câu hỏi của ông, ông lấy ra một bộ ảnh cưới. Ông vừa nói tiếp vừa lật giở các tấm ảnh cưới. "Những cô gái này đã đến chỗ chúng tôi chụp ảnh chân dung trước đó.Chưa đầy một năm sau, họ có một đám cưới ngập tràn hạnh phúc như thế này!"

Nghe thế, các nữ khách hàng đó trở thành khách quen của cửa hiệu Từ đó đến nay!

Trong trường hợp này, Tử Huyệt Tình Yêu của các cô gái ấy – cụ thể là khao khát kết hôn – đã được tác động và trỗi dậy mạnh mẽ hơn với Tiền Bạc(giá cả dịch vụ chụp ảnh) hoặc Danh Tiếng(mong muốn có một bức ảnh đẹp và ưng ý). Chính sự hứa hẹn Tương lai trong lời nói của người chủ hiệu ảnh đã làm bùng cháy Tử Huyệt Tình Yêu của họ!

Trước khi quyết định tác động vào Tử Huyệt Tình Yêu của đối phương, hãy mở mắt thật to để quan sát và dỏng tai hết mức để lắng nghe. Đừng bỏ qua bất kỳ biểu hiện nào của đối phương để có thể xác định chính xác những lý do chủ đạo thôi thúc họ phải lắng nghe bạn!

Kể cả khi thị lực của bạn là 20/20 đi chăng nữa, có những mối bận tâm đủ sức che phủ tầm nhìn của bạn, khiến bạn nhìn nhưng không thấy!

Nhiều cô nàng độc thân đã bước sang độ tuổi lý tưởng để kết hôn thường rất muốn lấy chồng. Và những cô nàng đó luôn khiến tôi nhớ về một kỷ niệm cách đây vài năm.

Ngày Chủ nhật hôm đó, tôi được mời diễn thuyết trong một buổi hội thảo được tổ chức tại một khách sạn mùa hè vào lúc 3 giờ chiều. Bài diễn thuyết của tôi có nhan đề: "Thôi Miên Cảm Xúc - Chìa khóa của Hạnh Phúc.”

Ba ngày trước khi buổi hội thảo diễn ra, nhà tổ chức gọi điện cho tôi để yêu cầu tôi đôi nhan đề.

"80% người tham dự của chúng ta là những người chỉ đến hóng chuyện cho vui", ông ta giải thích. "Đó là những chị em phụ nữ độc thân

đến nghi mát ở khách sạn trong hai tuần chỉ để kiếm chồng. Nếu nhan đề bài diễn thuyết của anh chứa đựng một điều mà họ muốn nghe", nhà tổ chức nhấn mạnh, "chúng ta có thể mở rộng quy mô buổi hội thảo này và số lượng khách mời có thể tăng gấp đôi!"

Khi tôi hỏi ông ta muốn đổi tựa như thế nào, câu trả lời của ông ta khiến tôi phải cười mãn nguyện. Quả thật, khả năng Thôi Miên Cảm Xúc và thu hút đám đông của nó mạnh hơn hẳn nhan đề gốc. Tôi cảm ơn nhà tổ chức và thiết kế lại phần thuyết trình của mình sao cho Chủ Đề phù hợp với cảm xúc của đối tượng Khán Giả được nhắm đến.

Đó là một ngày Chủ nhật đẹp trời trong xanh.

Tôi có mặt tại khách sạn ngay buổi ăn nhẹ giữa giờ. Không chỉ những khách có vé mời đã có mặt với tâm trạng háo hức, mà khán phòng còn có sự xuất hiện của gần 300 người Từ các khách sạn xung quanh đến tham dự!

Đến 2 giờ 45 phút buổi chiều, quản lý khách sạn quyết định di dời buổi hội thảo qua khu Sảnh Tiệc ngoài trời vì số lượng người tham dự vượt mức dự kiến.

Các khán giả được yêu cầu tập trung ở lối đi bộ ốp bê-tông bên cạnh hồ bơi để nhân viên khách sạn cung cấp ghế ngồi. Tuy nhiên, như thế vẫn không đủ đáp ứng số lượng người tham dự vẫn đang gia tăng, nhiều người chấp nhận đứng trên bãi cỏ để theo dõi. Thế là lúc đó, nhà tổ chức và nhân viên khách sạn tốn thêm thời gian cho việc xác nhận lại địa điểm của hội thảo, gây trễ giờ so với dự kiến.

Đến 3 giờ 35 phút, đã có khoảng 1300 khán giả đến tham dự, trong đó khoảng 1100 người là các chị em phụ nữ độc thân. Họ ngồi hoặc đứng bên

cạnh hồ bơi để được nghe diễn giả trình bày về một chủ đề hấp dẫn mà tất cả họ đều háo hức.

Nhan đề mói của bài thuyết trình đã được công khai trên tờ báo và brochure của khách sạn cũng như trên bản tin và ấn phẩm của các báo địa phương. Nó không chỉ giúp tăng gấp đôi số người tham dự, mà là gấp bốn!

Nhan đề đó là gì?

Đó là: "Bí Kíp sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để... có được Một Anh Chồng Lý Tưởng!"

Nhan đề trên đánh động mạnh mẽ vào Tử Huyệt Tình Yêu của chịem phụ nữ chưa chồng vì đó chính xác là điều họ muốn nghe, thếlà họ lũ lượt kéo đến và hồi hộp lắng nghe diễn giả!

Họ dẹp hết tất cả những thú vui hấp dẫn khác của Bản Thân như vui chơi, đánh tennis, chơi golf, bắn cung, tắm nắng, bơi lội để đến đây tìm câu trả lời cho khát khao cháy bỏng của họ!

Các khán giả không chỉ ngồi nghe một cách thụ động. Hơn phân nửa trong số họ mang theo giấy bút để ghi chép lại!

Phần thuyết trình của tôi giúp họ nhận ra rằng bất kỳ người phụ nữ cũng có thể tìm thấy tình yêu và hạnh phúc đích thực nếu biết cách sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để củng cố những ưu điểm của bản thân và khiến cho các chàng của mình đổ gục!

Để làm được điều đó, bước đầu tiên mà một cô gái cần làm là gì?

Cô ấy phải xác định được chính xác Tử Huyệt Cảm Xúc của người đàn ông mình thích - một điều gì đó khiến anh ta phải lắng nghe hoặc lo sợ.

Chi cần nói ra được điều đó, cô ấy sẽ có thể thuyết phục được anh đến với mình!

Tìm hiểu xem, anh ta có là một Người Vị Kỷ? Hay anh ta quan tâm đến Tiền Bạc hơn? Tình Yêu? hay Danh Tiếng?

Trong quá trình giao tiếp và tương tác với cô gái, anh ta sẽ để lộ những lời nói, ngôn từ, hành động và những cử chỉ vô tình tiết lộ cho bạn biết điều mà anh ta muốn nghe.

Như tôi đã đề cập trước đây, việc một người phụ nữ có quyến rũ được đàn ông hay không không liên quan gì đến ngoại hình, sắc đẹp của cô ấy hay mức độ giàu có của nhà cô ấy. Nó chủ yếu phụ thuộc vào khả năng của cô ta trong việc tiếp xúc được với Tử Huyệt Cảm Xúc của người đàn ông thông qua giao tiếp hiệu quả.

Thậm chí cách cô ấy nói câu "Chúc ngủ ngon!" cũng có thể tạo nên ngoặt cho mối quan hệ!

Giả sử bạn là một cô nàng đang ở độ tuổi lý tưởng để kết hôn. Đã Tử lâu, bạn mơ ước được hẹn hò với anh chàng tên B.. Cuối cùng, bạn cũng có được một cuộc gặp gỡ như ý với cậu ta.

Sau bữa tối cùng nhau, B. lái xe chở bạn về nhà.

"Cảm ơn anh vì bữa tối tuyệt vời", bạn nói một cách chân thành, "Em đã rất vui khi được ăn tối cùng anh."

"Anh rất vui khi được nghe em nói như thế", anh chàng B. lịch thiệp đáp lại. "Chúc em ngủ ngon!"

"Chúc anh ngủ ngon!" bạn trả lời.

Và thế là xong.

Bạn vào nhà, còn anh ta ra về.

Bạn thực sự muốn mối quan hệ giữa hai người chỉ đơn giản và nhạt nhẽo như cách bạn kết thúc buổi hẹn hò đó hay sao?

Bạn có thể làm tốt hơn thế.

Bạn sẽ có một Tình Yêu như mong muốn... chỉ nhờ Thôi Miên Cảm Xúc! Xem này:

Khi B. chở bạn về nhà, đừng nói: "Cảm ơn anh vì bữa tối tuyệt vời”

Đó là một câu nói có tính chất kết thúc một cuộc trò chuyện. Bạn hoàn toàn có thể tạo ra một Trải Nghiệm Mới mãnh liệt hơn cho tình yêu của mình nếu bạn thực sự muốn.

Hãy nói: "Em xin phép hỏi một tí, tất cả những cô bạn gái khác của anh có được thưởng thức một buổi tối tuyệt vời như vừa rồi khi họ đi bên anh?"

Rồi bạn sẽ thấy anh ấy nở nụ cười, một chút đỏ mặt và bắt đầu lắp bắp. Khoảnh khắc đó thú vị đến nỗi bạn có thể đếm Từng giây trôi qua cho đến khi anh chàng nghĩ ra câu trả lời để đáp lại bạn.

Câu hỏi đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của chàng trai như thế sẽ ngay lập tức tạo cho bạn ưu thế để phát triển mối quan hệ. Nó không khiến cho mọi việc kết thúc lãng xẹt như câu "Cảm ơn!"

Với câu hỏi trên, bạn đã khiến cho tình hình biến chuyển một cách mãnh liệt!

Bạn đã đánh động được cảm xúc của anh chàng! Bạn đã nói một điều

khiến con tim anh ấy chộn rộn.

Anh ta bắt đầu cởi mở với bạn hơn.

Và khi đó, câu "Chúc em ngủ ngon!" của anh ta sẽ không có nghĩa là 'Tạm biệt!" nữa.

"Em xin phép hỏi một tí, tất cả những cô bạn gái khác của anh có được thưởng thức một buổi tối tuyệt vời như vừa rồi khi họ đi bên anh?"

Câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc trên được chia sẻ từ một học viên cũ của tôi: một quý cô độc thân 36 tuổi. Cô đã dùng nó với người đàn ông mình thích vào đúng thời điểm thích hợp.

Đó là lần đầu tiên cô chạm được vào trái tim của anh ta, và là bước đầu tiên giúp hai người họ tiến đến hôn nhân.

Và đương nhiên, nó cũng có thể là bước đầu tiên thành công của bạn.

Sự khác nhau giữa một bà cô chưa chồng và cô dâu chỉ là một anh chàng được nghe điều anh ta muốn nghe... vào đúng thời điểm anh ta muốn nghe nó nhất.

Chi cần nói lời Thôi Miên Cảm Xúc đúng lúc, bạn sẽ được như ý!

Trong vòng sáu bảy tháng kể Tử buổi thuyết trình đó, tôi nhận được 92 lá thư cảm ơn Tử các cô gái độc thân tham dự buổi hội thảo ngày hôm đó. Nhờ được nghe những gì tôi trình bày mà giờ các cô ấy đã có được tấm chồng như mơ!

Trong số các quý ông chồng đó có ba người cũng tham dự buổi hội thảo ngày hôm đó.

Sau đó hai năm, tôi trở thành khách mời của một chương trình phát

thanh ban ngày. Để trả lời một câu hỏi do thính giả gửi đến, tôi đã tường thuật lại buổi hội thảo đó. Trong vòng một tuần kể Tử khi chương trình đó được phát, tổng đài nhận được gần 1500 lá thư và bức điện tín do thính giả trên khắp nước Mỹ gửi đến.

Một trong số các lá thư đến từ một phụ nữ chưa chồng 28 tuổi sống ở miền Tây. Cô ấy viết "Anh trai tôi có nghe chương trình của ông ngày hôm đó. Ông có thể gửi tôi một câu nói Thôi Miên Cảm Xúc có thể ngay lập tức giúp tôi có được Tình Yêu? Tôi thực sự mong nó giúp tôi tìm được một người chồng như ý, và đó phải là một cao bồi!"

Tôi đã gửi câu trả lời cho cô ấy, kèm theo vài chỉ dẫn về thời gian thốt ra câu nói.

Bốn tháng sau, người phụ nữ đó lại gửi tôi một lá thư thứ nhì:

"Gửi ông Gam", cô ấy viết. 'Tôi đã sử dụng câu nói Thôi Miên Cảm Xúc mà ông gửi, và tôi đã có được chàng cao bồi. Thuật Thôi Miên Cảm Xúc thực sự phát huy tác dụng, nhưng anh ta thì không. Tôi phải làm gì bây giờ?"

Khả năng hấp dẫn của Lời hứa hẹn Tương lai

Ở phần trước, tôi đã đề cập đến hai thuật ngữ:

1. Lời hứa hẹn Tương lai.

2. Khao khát Trải Nghiệm Mới.

Chúng là những thành phần quan trọng làm nên quyền năng của Tử Huyệt Tình Yêu và là những phương tiện truyền tải thông điệp giao tiếp cực mạnh.

Lời hứa hẹn Tương lai và Trải Nghiệm Mới có khả năng vô song trong việc thâm nhập tâm trí con người. Những ví dụ dễ thấy nhất chính là việc con trai thích con gái, phụ nữ cần đàn ông, những sự hấp dẫn giới tính không giải thích được cũng như khao khát có đôi có cặp của mỗi người.

Chúng ta bị hấp dẫn bởi "Lời hứa hẹn Tương lai" ngay từ trong bản năng.

Chúng ta luôn thích tưởng tượng hoặc đoán già đoán non về tương lai mặc dù chẳng ai biêt đích xác ngày mai sẽ thế nào, trừ phi tương lai đó nằm trong phạm vi một bản kếhoạch được soạn thảo hết sức rõ ràng và có căn cứ.

Nhưng trên thực tế; có bao nhiêu bản kế hoạch đạt đến được độ chính xác gần như tuyệt đối? Rất rất ít.

Thông thường, tương lai là một thực thể vô định mà con người mơ đến mỗi khi có ai đó, sự vật hoặc sự việc nào đó liên quan đến nó.

Chẳng hạn, khi một thiết kế thời trang mới, một loại nước hoa hay một phát minh khoa học mới hứa hẹn giúp chúng ta trông xinh đẹp hơn hoặc có cuộc sống thoải mái hơn, nó thường có nhiều giá trị thôi miên và hấp dẫn cảm xúc chúng ta hơn là giá tiền đơn thuần. Nếu một loại kem dưỡng da hoặc vitamin mới có khả năng xóa nếp nhăn và chống lão hóa, rõ ràng là chúng mang lại giá trị cảm xúc cho chúng ta hơn là những thông tin về sản phẩm.

Một tương lai đảm bảo về mặt tài chính chính là động lực thúc giục chúng ta lập kế hoạch tiết kiệm và dành dụm tiền bất kể việc đó khó khăn thế nào; cũng chính hình ảnh tương lai đó kìm hãm chúng ta tiêu xài vung

tay quá trán với tiền bạc của mình!

Dù là trong tình yêu, vấn đề sức khỏe, tiền bạc, ngoại hình, sự thỏa mãn hay danh tiếng, chúng ta luôn khao khát vươn đến sự hoàn hảo. Những ngôn từ và hành động thôi thúc chúng ta vươn đến những viễn cảnh hoàn hảo đó – dù chỉ là trong tâm tưởng - chính là những thứ giúp chúng ta cảm thấy hạnh phúc như mong muốn.

Vì thế, chúng ta lắng nghe và làm theo chúng.

Những người nào sở hữu cho mình một "Lời hứa hẹn Tương lai" có thể hiện thực hóa được sẽ có nhiều khả năng vượt qua được mọi trở ngại trong cuộc sống để làm được những gì mình thích!

Về phía chúng ta, chúng ta có nghĩa vụ làm được những gì mình nói trên cơ sở những nhu cầu của người nghe để đảm bảo một cuộc giao tiếp thành công.

Chúng ta có thể xác định được nhu cầu của người nghe thông qua việc đánh động Tử Huyệt Tình Yêu của "Lời hứa hẹn Tương lai"!

Đó là một quy luật của giao tiếp thành công bất kể bạn là giáo viên, nhà thuyết giáo, nhân viên sở thú, triệu phú, hay chỉ là một gã tầm phào tên Eustace, hay một phụ nữ bình thương tên Jill.

Giả sử bạn là triệu phú.

Bạn đang có một doanh nghiệp ăn nên làm ra, nhiều khoản đầu tư lớn và khối tài sản kếch xù. Thu nhập của bạn không dưới một trăm nghìn đô-la một năm.

Khi đó, bạn có còn muốn "giàu" nữa không?

Hẳn là không! Suy nghĩ đó trở nên gượng ép và không đúng lắm với một người như bạn, nên bạn sẽ không còn mấy quan tâm đến những chủ đề liên quan đến sự giàu có nữa.

Về mặt Tiền Bạc, bạn đã giàu rồi, và bạn biết điều đó!

Khi đó, bạn có dễ dàng lắng nghe những lời khuyên làm giàu Tử người khác nữa hay không? Không.

Vậy, bạn sẽ nghe những lời khuyên giúp bạn giàu HƠN hiện tại chứ? Nhiều khả năng bạn sẽ trả lời "Có!"

Đó chính là Lời hứa hẹn Tương lai mà bạn muốn nghe!

Ngoài kia có một cô gái vô cùng xinh đẹp. Cô sở hữu một thân hình tuyệt mỹ và làn da trắng sáng không tì vết.

Theo bạn nghĩ, cô gái này có quan tâm đến những lời khuyên làm đẹp nữa hay không? Cô ấy có khao khát một thân hình chuẩn không? Cô ấy có mơ ước về một làn da mịn màng nữa hay không?

Không.

Cô ấy đã có cả thảy những điền đó, và cô ấy biết mình có.

Tuy vậy, cũng như bao cô gái khác, cô nàng này sẽ cực kỳ quan tâm đến những lời khuyên hay thông tin gì giúp minh trở nên xinh đẹp hơn, có một thân hình quyến rũ hơn nữa, và một làn da hoàn hảo hơn thế nữa!

Đó chính là Lời hứa hẹn Tương lai - hy vọng về một tương lai nào đó mà chúng ta luôn ấp ủ trong hiện tại.

Quên hết những tính Tử miêu tả nhạt nhẽo hoặc chữ "nhất" vô vị!

Hãy luôn mang theo bên mình những ngôn từ SO SÁNH HƠN trong

giao tiếp hàng ngày!

Tại sao lại phải tốn nước bọt nói những chuyện giàu có, tốt đẹp, xinh đẹp, tuyệt vời một cách vô nghĩa? Thay vào đó, bạn sẽ dễ dàng thâm nhập tâm trí của bất kỳ ai với giàu có HƠN, tốt đẹp HƠN, xinh đẹp HƠN NỮA, tuyệt vời HƠN THÊ NỮA!

"Hơn", "hơn nữa"hay "hơn thế nữa" là những cụm từ Thôi Miên của mọi thời! Chỉ là những hư Tử đơn giản, nhưng lại tạo nên khác biệt lớn giữa thiên đường và địa ngục, thành công và thất bại trong giao tiếp!

Chúng là một vài trong số những Tử ngữ tạo nên hiệu quả hứa hẹn tương lai! Ngoài Tử "hơn" và những cụm từ phái sinh Tử nó, bạn còn có vài Tử ngữ khác cũng có tác dụng tương tự như "thêm", "cộng thêm", "ưu đãi", "khuyên mãi" hoặc "gia tăng".

Bạn có thấy tuyệt vời không nếu chúng ta có thời gian giải lao?" Không.

Bạn có thấy tuyệt vời HƠN không nếu chúng ta có THÊM thời gian giải lao. Đương nhiên rồi. Bạn thấy đấy, câu nói này thôi miên hơn hẳn so với câu trên chỉ nhờ bổ sung hai Tử "hơn" và “thêm".

"Bạn có muốn bỏ túi hai mươi đô-la ngay bây giờ?"

Đó là một số tiền không lớn, và câu hỏi có thể khiến bạn thấy buồn cười. Tuy nhiên, chi cần thêm một Tử, bạn sẽ thấy câu hỏi đó trở nên thôi miên hơn hẳn:

"Bạn có muốn bỏ túi thêm hai mươi đô-la ngay bây giờ?"

Mặc dù là một thành phần của Tử Huyệt Tinh Yêu, Lời hứa hẹn Tương lai có khả năng bổ trợ và tăng tính thuyết phục lên bất kỳ tử huyệt

nào khác trong Bộ Tứ.

Khi người chủ cửa hiệu chụp ảnh nói với các nữ khách hàng độc thân rằng: "Các cô gái này đã đến chỗ chúng ta chụp ảnh chân dung trước đó. Chưa đầy một năm sau, họ có một đám cưới ngập tràn hạnh phúc như thế này!" Chính sự hứa hẹn về một tương lai hôn nhân hạnh phúc trong câu nói đã khơi dậy một cách mãnh liệt mơ ước kết hôn của các cô gái.

"Ông có muốn dẫn dắt công ty mình trở thành doanh nghiệp đứng đầu trong ngành công nghiệp vận tải và chuyển phát?" là một Lời hứa hẹn Tương lai đánh động Tử Huyệt Tiền Bạc và Danh Tiếng.

Bạn còn nhớ người phụ nữ leo thành cầu với ý định nhảy xuống ông tự tử ở chương đầu chứ? Lời nhắc nhở của viên cảnh sát về một tương lai không được mấy sạch sẽ với bà ta vì "nước sông hôi hám bẩn thỉu lắm đó!" đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của bà ta, dẫn đến quyết định không tự tử nữa.

"Anh có biết 60% tổng số tài sản của Hoa Kỳ đang nằm trong tay các góa phụ?" Đây là một Lời hứa hẹn Tương lai tác động đến từ Huyệt Bản Thân và Tiền Bạc của người đối diện. Hẳn là bạn còn nhớ, nhớ câu nói này mà một học viên cũ của tôi một bước trở thành trợ lý tổng giám đốc của một tập đoàn danh giá - một người ' làm việc mười bảy tiếng mỗi ngày và ngày nào cũng thế'."

Khi cô gái 21 tuổi có vé ngoài trông trẻ hơn tuổi thật của mình quyết định mua một chiếc áo khoác, anh bạn tôi đã thuyết phục cô: "Nó sẽ giúp cô trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn! Sự hứa hẹn về một ngoại hình chững chạc hơn cho cô gái đã chạm vào được Tử Huyệt Danh Tiếng của cô và khiến cô quyết định mua chiếc áo bất chấp giá cả.

Khi cụ Y. mỉm cười nói rằng "Ngôi nhà này chỉ dành cho những ai sống lâu trăm tuổi!" ông đang hứa hẹn cho khách hàng một tương lai êm đềm, hạnh phúc và khỏe mạnh trong ngôi nhà cổ với cái hiên nhỏ xinh "đón được nhiều thước vuông ánh sáng mặt trời hơn bất kỳ nơi nào khác trong tiểu bang này!" Lời hứa này đã tác động thành công vào Tử Huyệt Bản Thân của khách hàng.

Có vô sô cách để bạn ứng dụng Lời hứa hẹn Tương lai vào trong các mối quan hệ của mình. Một trong những ưu điểm nổi bật của nó chính là khả năng thiết lập mối giao cảm ngay lập tức giữa người nói và người nghe.

Bạn không thể giao tiễp thành công nếu không thiết lập và làm chủ được Sự giao cảm giữa đối phương và bạnỊ

Một khi làm được điều đó, bạn có thể vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc thành công trong mọi tình huống giao tiếp để đạt được kết quả như ý muốn!

Một công ty chuyên sản xuât đồ gia dụng và thiết bị bằng nhôm sử dụng lực lượng nhân viên tiếp thị đến tận nhà khách hàng tiềm năng để chào hàng. Tất cả những tiếp thị viên này được trả công dựa trên số sản phẩm bán được.

Mỗi tiếp thị viên được giao một địa bàn nhất định, và nhiệm vụ của anh ta là đến gõ cửa Từng nhà một trong địa bàn để chào hàng các sản phẩm của công ty. Mỗi khi chào hàng thành công, người tiếp thị viên phải báo lại với cấp trên của mình, tức người Trưởng Bộ Phận Bán Hàng. Trong vòng Tử bảy đến mười ngày, sản phẩm được chuyển đến tận nơi cho khách và người mua thanh toán chi phí. Chỉ khi đó, người tiếp thị viên mới được

nhận thù lao.

Để có thể bán được nhiều sản phẩm và có thu nhập kha khá Tử công việc này, nhân viên tiếp thị phải chịu khó trả lời tất tần tật mọi cuộc gọi của khách hàng mỗi ngày. Anh ta phải chai mặt, không được nản bởi những lời Tử chối hoặc sự xua đuổi của khách, và quan trọng là phải kiên trì với công việc ít nhất một tháng để có đủ kinh nghiệm cũng như mức thu nhập mong muốn. Làm được như thế; anh ta sẽ có nhiều cơ hội được ưu ái và có một tương lai tươi sáng lâu dài ở công ty

Để có được lực lượng bán hàng này, người Trưởng Phòng Kinh Doanh đã cho đăng thông báo tuyển dụng lên truyền thông và đào tạo các Trưởng Bộ Phận Bán Hàng về kỹ năng phỏng vấn và chọn lọc ứng viên.

Trên thực tê; không nhiều tiếp thị viên có thể trụ lâu với nghề. Chuyện nghỉ việc và thay người diễn ra như cơm bữa.

Cứ mười người hành nghề thì hết sáu người "đầu hàng" ngay sau tuần đầu tiên. Kế đến, thêm ba người dứt áo ra đi sau khi làm được hai tuần. Người còn lại hoặc sẽ kiên trì bám trụ để trở thành ngôi sao, hoặc theo chân chín người kia sau tuần thứ tư.

Bất chấp nhiều chế độ ưu đãi cũng như tăng tiền công, người Trưởng Phòng Kinh Doanh vẫn không sao gia giảm được tỉ lệ bỏ cuộc cao như thế ở các nhân viên tiếp thị nhằm mục đích tiết giảm chi phí thay người và nhân sự. Người đến nhỏ giọt, người đi ào ào!

Sau một thời gian dài tìm hiểu nguyên nhân, các sếp mới phát hiện ra rằng nguyên nhân "ra đi không hối tiếc" của các tiếp thị viên là do cách nói chuyện và hành xử vô cảm của những người tuyển dụng.

Trong các cuộc phỏng vấn, người tuyển dụng liên tục "hát vang" bài ca ca ngợi danh tiếng công ty, cơ sở vật chất, trình bày hàng mẫu, các bảng biểu và hình ảnh minh họa thành tích công ty. Họ nghĩ rằng làm như thế sẽ giúp ứng viên có niềm tin rằng mình có thể "kiếm được rất nhiều tiền ở nơi đây nếu anh chịu khó trả lời tất cả các cuộc gọi và làm theo những gì chúng tôi bảo."

Kiểu giao tiếp này không đánh động gì được vào cảm xúc của ứng viên chứ đừng nói chi đến việc thuyết phục được họ về giá trị của công việc mà họ sắp làm. Các ứng viên đã nghe đi nghe lại quá nhiều lần những "bài ca tự sướng" kiểu đó Tử các công ty và nhà tuyển dụng khác.

Thế là công ty nọ quyết định thay đổi quy trình tuyển dụng.

Sau khi ứng viên vào phòng phỏng vấn, người tuyển dụng có nhiệm vụ giới thiệu bản thân, mời ứng viên ngồi thật thoải mái và hỏi: "Anh có sẵn sàng trải qua năm tháng làm việc dưới áp lực cao để có được một tương lai vững chắc ở công ty chúng tôi với mức lương 6.000$ một năm?"

Trong khi ứng viên đang suy nghĩ và hào hứng với ý tưởng "năm tháng làm việc dưới áp lực cao để có được một tương lai vững chắc ở công ty chúng tôi với mức lương 6.000$ một năm", người tuyển dụng đã kích thích được tâm trí của ứng viên và thiết lập thành công sự giao cảm, khiến cho ứng viên dễ dàng tiếp thu những thông tín kế tiếp.

Một khi được thốt ra ngay từ đầu quá trình phỏng vân tuyển dụng, "Lời hứa hẹn Tương lai" hấp dẫn đó đã giúp làm giảm đáng kể tỉ lệ bỏ việc và thay người ở bộ phận tiếp thị.

Kể Tử sau chế độ tuyển dụng đó, cứ 10 nhân viên tiếp thị thì có người

trụ lại được với công việc, vượt qua được khoảng thời gian thử thách đầy khó khăn để trở thành nhân viên chính thức với mức lương cao ở công ty.

Ngay cả trong số sáu người bỏ cuộc cũng có hai người trụ được đến ba tháng. Và những người này cũng đều làm việc rất hiệu quả trong thời gian đó, thuyết phục được nhiều khách hàng mua hàng và góp phần làm tăng doanh số của công ty. Những người còn lại trung bình cũng cố gắng được đến hai tuần rưỡi. Không còn ai dưới một tuần là "bỏ của chạy lấy người" như trước kia.

Tỉ lệ thay người và bỏ việc giảm đáng kể cũng chứng tỏ giá trị của sự trau rèn tính cách và phẩm chất kiên trì bền bỉ ở những người có tiềm năng gặt hái thành công trong sự nghiệp!

Vài trong số những người trụ lại thành công hiện tại đang nắm giữ các vị trí quản lý và điều hành của công ty. Kỳ diệu hơn, những thành công lớn này là kết quả của một sự thay đổi nhỏ lúc ban đầu: một "Lời hứa hẹn Tương lai" đánh động vào Tử Huyệt Tiền Bạc được thêm vào đê tạo nên mối giao cảm và động lực trong ứng viên tiềm năng!

Một vĩ nhân nào đó Từng nói rằng:" Ngày hôm nay chính là cái ngày mai mà bạn đã dự định trong ngày hôm qua!" Hiện tại chính là tương lai, kết quả của những gì bạn đã làm trong quá khứ.

Ngày mai luôn cận kề; tương lai vẫn sẽ tìm đến bạn dù bạn muốn hay không. Nhưng tương lai có mang lại những lợi ích và cơ hội tích cực cho bạn hay không thì lại phụ thuộc vào cách bạn vận dụng "Lời hứa hẹn Tương lai".

Giờ bạn đã biết bí kíp để có một tương lai rạng danh rồi đấy, hãy sử

dụng nó một cách trung thực và khôn ngoan!

Một khi bạn làm được điều đó, nó sẽ giúp bạn tạo ra vô số những sự giao cảm, những mối quan hệ tốt đẹp giúp bạn thăng hoa trong cuộc sống!

Tương tự, những nỗi lo sợ và khát khao đối với Trải Nghiệm Mới - thành phần cuối cùng của Tứ Huyệt Tình Yêu, cũng có thể làm biến đổi cuộc đời bạn đáng kể tùy vào cách bạn tương tác với chúng.

Sức mạnh của Trải nghiệm Mới

Cách đây vài năm, cô S. - một học viên của của tôi - thuyết trình chủ đề: "Vì sao phụ nữ thích dùng nước hoa?"

Cô ấy mời một cô gái trẻ khác cùng một người đàn ông đến lớp để minh họa cho phần thuyết trình của mình. Khi hai người đó đứng cạnh nhau, cô cựu học viên của tôi hỏi người đàn ông: "Anh có thấy điều gì bất thường ở người phụ nữ này không?"

Anh ta lắc đầu. "Cô ấy xinh đẹp", anh ta mỉm cười trả lời. "Đó là tất cả những gì tôi có thể nói lúc này."

Cô S. cũng mỉm cười "Cảm ơn anh", và dẫn cô gái đang đỏ bừng mặt ra khỏi phòng học.

"Mọi người chờ một chút nhé!" cô S. nhắn lại. "Chúng tôi sẽ quay trở lại ngay!"

Quả thật, họ quay trở lại sau ba mươi giây.

Cô S. tiếp tục đặt cô gái nọ đứng cạnh chàng trai ban nãy. Có gì khác biệt hay bất thường không thưa anh?" cô S. tiếp tục hỏi chàng trai.

Lúc đó, mũi của anh ta có chút động đậy. Mắt anh ta bỗng sáng bừng

lên và anh đáp:"Mùi hương thật tuyệt vời!"

Chỉ một hoạt cảnh rất đơn giản cộng với vài lời thoại không đáng kể, cô S. đã khiến tất cả chúng tôi phải chú ý theo dõi Tử đầu đến cuối và ngộ ra được thông điệp mà cô ấy muốn truyền tải: Phụ nữ dùng nước hoa vì rất nhiều lý do cá nhân khác nhau, nhưng lý do chủ yếu vẫn luôn liên quan đến đàn ông và tình yêu!

Ba năm kể Tử sau buổi thuyết trình đó, tôi có gặp lại cô S. trên đường.

"Tôi không nhớ tên của cô", tôi thú nhận, "nhưng tôi vẫn nhớ cô là một học viên nổi bật trong một khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi, người đã thuyết trình với chủ đề "Vì sao phụ nữ thích dùng nước hoa?"

Cô ấy đã rất kinh ngạc."Thầy đãhuấn luyện hàng nghìn học viên suốt bao nhiêu năm. Làm sao thầy vẫn còn nhớ tôi?"

Tôi mỉm cười:" Cô đã làm một điều khiến tôi phải nhớ. Hầu hết các học trò khác của tôi đã không làm được điều như thế!"

Bạn có gì khác biệt so với mọi người?

Bạn có thường xuyên bị mọi người quên lãng hoặc lạnh lùng lướt qua vì những ngôn từ, hành động và những sở thích cá nhân của bạn không có gì đặc biệt so với hàng nghìn những người đàn ông và phụ nữ khác cùng độ tuổi và trình độ như bạn?

Trong khi đó, chỉ cần một chút ý tưởng sáng tạo, óc tưởng tượng tốt và khả năng thể hiện tự tin, bạn đã có thể làm cho mình trở nên khác biệt và nổi trội so với đám đông, đến nỗi chẳng một ai có thể quên bạn một khi đã gặp.

Và đôi khi, những yếu tố tạo nên sự khác biệt nổi trội thực sự nhỏ nhặt

và chi li hơn bạn nghĩ, miễn là chúng có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc đối với đối tượng giao tiếp của bạn.

Nhiều cô gái cùng theo đuổi một chàng trai nọ và khao khát lấy anh ta làm chồng. Vậy ai trong số đó sẽ là cô gái may mắn được anh ta đeo nhẫn cưới? Đó hẳn là cô nàng nào có khả năng giúp anh ta làm được điều mà anh ta hằng mong muốn!

Cụ thể là, những lời nói và hành độngcủa cô gái này phải xui khiếnđược anh chàng đó nghĩ rằng anh ta đã bị cô ấy thuyết phục!

Cô ấy làm cho mình trông thật *đặc biệt* với anh ta so với những cô nàng đối thủ khác! Cô ấy làm cho bản thân mình trở nên *duy nhất*. Cô biết rằng mình đang là một người chơi trong cuộc đua thâm nhập tâm trí của anh chàng nọ! Cô cảm nhận được những mối bận tâm lo toan đầy ắp trong đầu anh ta! Cô nói những điều mà anh ta muốn nghe - *chứ không phải* là những gì cô muốn nói! Cô ấy khai phá được tử huyệt cảm xúc *lớn nhất* của anh ấy!

Cô thiết lập một mối giao cảm với anh!

Anh chàng yêu đắm đuối những sự khác biệt nho nhỏ của cô ấy và không thể rời xa cô được nữa.Cô ấy đã cho anh những Trải Nghiệm Mới khiến cho cuộc sống nhàm chán của anh trở nên sinh động và đầy màu sắc.

"Đàn ông yêu một người phụ nữ khi và chỉ khi cô ta thực sự khác biệt với những người con gái khác!"- H. L. Mencken Từng viết.

Tình yêu chính là giao tiếp. Muốn giao tiếp thành công, bạn phải biết Thôi Miên Cảm Xúc. Không có Thôi Miên Cảm Xúc *thì miễn có Tình* Yêu!

Nhiều người đàn ông nộp hồ sơ xin việc cho cùng một vị trí, nhưng chỉ

một người trúng tuyển.

Liệu có phải do người trúng tuyển có kiến thức hoặc bề dày kinh nghiệm chuyên môn nhiều hơn những người khác? Không phải đâu!

Anh chàng trúng tuyển này chỉ đơn giản là bắt đầu cuộc phỏng vấn bằng một nhân tốThôi Miên Cảm Xúc đủ sức thâm nhập tâm trí nhà tuyển dụng ngay lập tức và khiến anh ta trở nên ấn tượng đặc biệt so vớinhững ứng viên còn lại. Đó hẳn là một yếu tố liên quan đến tính cách mà công ty hoặc nhà tuyển dụng đó đang khao khát tìm thấy.

Trong lá thư xin việc lẫn trong cuộc phỏng vấn, chính sự khác biệt đã trở thành lợi thế cạnh tranh của anh chàng trúng tuyển, khiến nhà tuyển dụng nhớ đến anh ta giữa hàng tá những hồ sơ khác. Suốt cuộc đua xin việc, anh ta âm thầm cấy vào trong đầu nhà tuyển dụng của mình những Trải Nghiệm Mới thú vị giúp xóa tan mọi sự nhạt nhẽo nhàm chán trong cái công việc lặp đi lặp lại hàng ngày của họ.

Anh ta đánh động đúng Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của nhà tuyển dụng. Anh ta kiểm soát được tâm trí của họ. Và thế là anh ta chiến thắng!

Báo đài và truyền thông ngày nay đầy rẫy những mẩu tin tuyển dụng của các công ty hoặc phần tự giới thiệu của người tìm việc. Những mẩu tin như thế thường nhận được rất nhiều phản hồi. Và hầu hết người nhận đều đồng ý rằng đa số các lá thư gửi đến thường được viết theo một khuôn mẫu nhàm chán, không có gì đặc biệt và thiếu sự đảm bảo về mặt thực lực cũng như sự trung thực của người gửi. Đọc qua vài thư là có thể buồn ngủ ngay vì chúng quá na ná nhau.

Bỗng dưng một mẩu tin khiến cho người đọc phải dừng lại lâu hơn:

"Tôi đang tìm kiếm một ông chủ xứng đáng với bề dày kiến thức và kinh nghiệm, sự trung thành và tính cách vui vẻ nhiệt tình của mình. Đến khi nào tôi được gặp ông?"

Người viết mẩu tin trên là một cô gái trẻ. Chỉ trong một thời gian ngắn, nhà tuyển dụng đã liên hệ phỏng vấn cô và *họ thực sự rất mong được gặp mặt* cô.

Mẩu tin xin việc của cô gái đã hứa hẹn một Trải Nghiệm Mới khó cưỡng cùng với một sự đảm bảo về mặt Danh Tiếng cho nhà tuyển dụng nhờ cụm từ "xứng đáng với bề dày kiến thức và kinh nghiệm, sự trung thành và tínhcách vui vẻ nhiệt tìnhcủa tôi."

Với những ngôn từ đó, cô gái đã chạm tay vào suất trúng tuyển ngay từ trước khi phòng vấn.

Ông C. là một nhân viên đã có tuổi và đang mắc phải một căn bệnh mãn tính. Người chủ lâu năm của ông thấy rằng đã đến lúc phải thay thế ông. Sau khi chữa bệnh xong, những gì ông C. nhận được là quyết định thôi việc kèm với một lá thư giới thiệu tuyệt vời để xin việc chỗ khác.

Đối thủ của ông trong cuộc chiến tìm việc mới là hàng trăm người thất nghiệp cùng độ tuổi như ông và hàng trăm người khác trẻ hơn ông hai chục tuổi nhưng lại sở hữu những lá thư giới thiệu vô cùng giá trị!

Một ngày nọ, tờ báo buổi sáng đăng một mẩu tin tuyển dụng thú vị như sau: "Cơ hội làm việc lâu dài. Điều kiện duy nhất để có việc: đậu phộng. Lương cao kèm với nhiều đãi ngộ tốt sau sáu tháng huấn luyện.”

Hàng trăm người ứng tuyển công việc này. Ông C. quyết định dùng lợi thế Thôi Miên Cảm Xúc của mình để bước vào vòng phỏng vấn.

Khi ông C. được gọi tên vào phòng phỏng vấn, nhà tuyển dụng đã bắt đầu chán nản sau một loạt những cuộc trò chuyện "nhạt như nước ốc" và không có nhiều triển vọng với các ứng viên trước.

Ông C. bước vào, đứng bên cạnh bàn phỏng vấn để đợi nhà tuyển dụng ghi chú vài nhận xét về người ứng viên trước. Khi nhà tuyển dụng viết xong và ngẩng đầu lên, ông C. nở một nụ cười trìu mến và đặt một túi đậu phộng lên bàn.

"Mẩu tin tuyển dụng của ngài nói rằng điều kiện duy nhất để có việc là đậu phộng", ông C.nói khẽ. "Thế nên tôi mang đậu phộng đến đây để bảo đảm với ngài rằng tôi rất nghiêm túc với công việc này và muốn được ngài tuyển dụng." Ông mở túi đậu phộng và nói tiếp: "Ngài có thể ăn vài hạt cho thư giãn đầu óc. Hẳn là chúng sẽ giúp ngài nhớ tôi hơn và ra quyết định dễ dàng hơn!"

Nhà tuyển dụng phá lên cười, cảm ơn ông C.và với tay lấy vài hạt đậu phộng.

Không ngoài dự đoán, nhà tuyển dụng đã chọn ông C.sau một chầu đậu phộng vì một ấn tượng khó phai về người ứng viên có tuổi này.

Ông C. đã mang đến một Trải nghiệm Mới phá vỡ bầu không khí nhạt nhẽo và khiến cho ngày làm việc mệt mỏi chán chê của nhà tuyển dụng trở nên sinh động và thú vị!

Trải Nghiệm Mới là một Tử Huyệt Tình Yêu mà *bất kỳ ai* cũng có, ấp ủ, âm ỉ và khao khát. Nó là một thứ vũ khí cực mạnh trong Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để *bạn* sử dụng và phát huy nhằm đạt được những gì mình muốn!

Một nam sinh tên Mike đang tìm kiếm một công việc có thể giúp anh ta đỡ đần cho mẹ già và lo cho hai cô em gái. Cha của anh bất ngờ qua đời trong một tai nạn. Anh chuẩn bị hồ sơ cá nhân để đi xin việc.

Lúc đó đang là đầu hè, khi trường học đã đóng cửa và hàng nghìn học sinh được nghỉ, rất nhiều bạn trong số đó có nhu cầu kiếm việc làm thêm giống như Mike.

Cậu tìm đến một nhà máy lớn đang có nhu cầu tuyển nhân công chạy việc vặt. Mặc dù Mike có mặt khá sớm lúc 8 giờ 45 phút trước khi nhà máy mở cửa, nhưng trước đó đã có khoảng năm mươi nam sinh khác cũng đang xếp hàng chờ việc trước cửa phòng nhân sự.

Một viên bảo vệ mặc đồng phục đứng ngoài cửa để đảm bảo an ninh trật tự. Mike bèn đi thẳng đến chỗ viên bảo vệ đang đứng chỉ *để* nhìn thấy tên nhà tuyển dụng được treo trước cửa phòng nhân sự. Những cậu bé kìa bắt đầu gào thét chửi bới Mike vì tưởng là cậu ta đang chen lấn giành chỗ. Viên bảo vệ yêu cầu Mike quay trở lại xếp hàng, cậu ta tuân thủ - sau khi đã nhớ được tên của nhà tuyển dụng trong phòng. Vì có quá nhiều người xếp hàng trước cậu, Mike chắc rằng phải chiều mới tới phiên mình; thậm chí có nguy cơ là nhà tuyển dụng sẽ ra quyết định luôn mà không cần phải phỏng vấn hết tất cả ứng viên ở đây.

Hàng người tiến lên một cách chậm chạp. Đến 11 giờ trưa, có mười cậu bé đã chán nản bỏ về.

Mike đếm lại số tiền mình mang theo để trả tiền ăn trưa và các phí k*hác***.** Cậu ta không mang theo nhiều tiền, nhưng cậu chợt nảy ra một ý tưởng.

Sau hai tiếng, Mike chắc chắn rằng cậu sẽ không bị mất chỗ nữa kể cả khi rời hàng để làm chút việc. Thế nên cậu chạy thật nhanh đến bưu điện gần nhất cách nhà máy ba khối nhà. Sau khi trả giá xong, cậu yêu cầu đánh một bức điện tín gửi cho nhà tuyển dụng của nhà máy với nội dung:

"LÀM ƠN ĐỪNG KẾT THÚC CUỘC PHỎNG VẤN CHO ĐẾN KHI GẶP ĐƯỢC CẬU MIKE MẶT TÀN NHANG Ở CUỐI HÀNG."

Nhà tuyển dụng nhận được bức điện túi. Nó như một tia nắng mặt trời bất chợt rọi xuống mang đến sựấm áp cho cả một ngày phỏng vấn mệt nhoài với hàng người mặt nhăn mày nhó!

Nhà tuyển dụng vươn đầu ra ngoài cửa và yêu cầu bảo vệ cho gọi "một cậu bé mặt tàn nhang tên Mike."

Hành động khác biệt của Mike quả là một Trải Nghiệm Mới đối với nhà tuyển dụng. Thếlà cậu được mời vào ngay mà không phải xếp hàng nữa.

Vì đã có ấn tượng mạnh Tử trước, nhà tuyển dụng thích cậu bé này ngay lập tức.

Và quả nhiên, Mike trở thành cậu bé duy nhất được tuyển dụng nhờ khéo léo vận dụng thuật Thôi Miên Cảm Xúc để thâm nhập tâm trí nhà tuyển dụng!

Lần nữa, Trải Nghiệm Mới đã giúp cậu bé gây ấn tượng thành công với một nạn nhân của sự buồn tẻ!

Giải phóng Cá Tính Riêng của Bạn đểThôi Miên Cảm Xúc bất kỷ ai

Một cô nàng quyến rũ vừa chiến thắng một cuộc thi hoa hậu địa phương. Cô đến New York với hy vọng dùng sắc đẹp của mình để tìm thấy

danh vọng và tiền tài. Nhưng đời đâu có đơn giản như thế!

Thành phố New York giàu có bận rộn đã sẵn có vô vàn những nàng chân dài xinh đẹp. Cũng như những cô gái khác, cô phải tìm việc hết Tử nơi này đến nơi kia trong mòn mỏi. Thất vọng và chán nản, cô đã định khăn gói về quê.

Trong một phút bất chợt, cô quyết định làm nổi bật một chút "cá tính riêng" của mình.

Cô chọn cho mình một nghệ danh mới lạ nhưng dễ nhớ và tạo một phong cách thời trang cho riêng mình bằng những bộ quần áo kẻ sọc màu bạc hà. Danh thiếp của cô cũng được thiết kế với tông màu bạc hà. Trong các hoạt động của mình, cô luôn để lại danh thiếp của mình ở mọi công ty mình đến và đưa chúng cho tất cả những người cô gặp.

Cô trở thành một "Trải nghiệm Mới" vói bất kỳ ai gặp cô, Tử danh thiếp, trang phục cho đến nghệ danh.

Không lâu sau, cô trở thành một hiện tượng nổi như cồn của làng mốt với cái tên thú vị "Candy Jones" ("Jones Kẹo Bạc Hà.")!

Một người đàn ông tên Cooper hành nghề kinh doanh phụ kiện thời trang hơn mười năm. Công việc của ông là ghé thăm các cửa hàng nhỏ có nhu cầu lấy hàng phụ kiện thời trang Tử đại lý của ông để bán. Suốt mười năm, ông gõ cửa Từng cửa hàng một chỉ với vài câu thuyết phục công thức và không có gì khác biệt so vói những người tiếp thị bán hàng khác.

Thu nhập của Cooper không đủ sống; còn về công việc, ông ta liên tục bất đồng với chủ đại lý vì doanh số bán phụ kiện thời trang nghèo nàn.

Vào mùa đông năm đó, ông ta bất ngờ bị cảm nặng. Bác sĩ khuyên

Cooper nên mang giày có ghệt mắt cá để giữ ấm đôi bàn chân. Thế là ông ta bấm bụng mua một đôi về mang.

Ngày hôm sau, Cooper - với đôi giày trông rất buồn cười - ghé thăm một cửa hàng bán tạp hóa để chào hàng. "Ghệt mắt cá! Lâu lắm rồi tôi mới thấy thứ này", ông chủ tiệm bình phẩm một cách giễu cợt. "Tử rày về sau tôi sẽ gọi anh là Cooper "Ghệt Mắt Cá", nghe hay đó chứ!"

"Gì cũng được", Cooper đáp với vẻ bực bội, "nhưng nhớ gọi tôi mỗi khi có nhu cầu mua phụ kiện thời trang!"

Khi Cooper ra về, tay chủ tiệm tạp hóa không quên vẫy tay chào tạm biệt và bồi thêm một câu trêu tức Cooper: "Tạm biệt Ghệt Mắt Cá! Rất tiếc là hôm nay tôi không có nhu cầu."

Hai tuần sau, Cooper trở lại cửa hiệu tạp hóa đó và tay chủ tiệm có vẻ thân thiện hơn.

"Đây là bạn tôi, Cooper Ghệt Mắt Cá. Hôm nay anh thế nào rồi Mắt Cá?" Ông ta chủ động đưa tay ra và hai người họ bắt tay. "Và đây là Harry", ông ta hướng về người phụ tá bán hàng của mình. "Đây là Cooper Ghệt Mắt Cá! Cậu nhớ nhé Harry!"

Sau đó, Cooper nhận được một đơn hàng khá hời và một phản ứng khó tả Tử khách.

Suốt năm năm quen biết, đây là lần đầu tiên tay chủ tiệm độc mồm xấu miệng này cư xử thân thiện với Cooper như thế, và ông còn được hắn bắt tay nữa chứ!

Từ đó về sau, cái tên Cooper Chột Mắt Cá đến tai nhiều người trong khu dân cư. Ông cảm thấy ngượng nghịu và khó khăn mỗi khi phải giới

thiệu mình chính là Cooper Ghệt Mắt Cá."Biệt danh Ghệt Mắt Cá là bởi thứ này", ông vừa giới thiệu vừa trỏ tay xuống đôi bàn chân của mình.

Cái biệt danh buồn cười của Cooper trở nên phổ biến. Doanh số bán phụ kiện thời trang của ông ngày một tăng và tỉ lệ thuận với thu nhập hàng tháng của Cooper. Chỉ trong một thời gian ngắn, ông tạo ra doanh thu vượt mặt những nhân viên chào hàng khác trong đại lý cung cấp phụ kiện thời trang.

Với những khách hàng thường xuyên được Cooper gõ cửa chào hàng, họ nhớ nhung ông ta vào những ngày ông vắng mặt!

Khi năm mới đến và thời tiết bắt đầu ấm dần lên, Cooper đau đầu với việc nên tiếp tục mang hay không mang đôi giày ghệt mắt cá kỳ cục.

Cuối cùng, Cooper Ghệt Mắt Cá quyết định tiếp tục mang chúng! Ông ta sắm một đôi ghệt mắt cá mới nhẹ và thông thoáng hơn để hợp với thời tiết ấm, và tiếp tục hái ra tiền Tử thương hiệu cá nhân "Cooper Ghệt Mắt Cá" của mình.

Với biệt danh "Ghệt Mắt Cá", Cooper tạo nên một "cá tính", một "Trải nghiệm Mới" rất riêng cho các khách hàng của ông và giúp làm nên lại thế cạnh tranh của ông trước các đối thủ khác.

Nhờ đó, khách hàng có lý do để nhớ đến ông và bàn tán về ông!

Anh chàng H. Cao Kều làm đại diện một nhà máy nhỏ chuyên sản xuất dụng cụ hóa học và dẫn nhiệt ở New Jersey. Anh ta đang chào hàng với các phòng kinh doanh, phòng kỹ thuật và ban giám đốc của nhiều công ty có máu mặt trong lĩnh vực công nghiệp điều chế hóa chất tỉ đô này.

Nhưng nỗ lực của anh ta chưa mang lại kết quả đáng kể. Mặc dù H.

Cao Kều là một nhân viên chào hàng có nhiều kinh nghiệm và đã từng rất thành công với nhiều khách hàng lớn, anh gặp khó khăn thực sự vì các khách hàng lần này đang có nhiều sự lực chọn khác là các nhà máy lớn và có tên tuổi hơn nhà máy của H. Cao Kều.

Anh phải làm thế nào để các doanh nghiệp đó chọn mình?

Anh quyết định sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc dưới dạng một CHÚ THỎ!

Các sếp của H. Cao Kều sững người khi nhìn thấycon thỏ!

"Chúng ta công tác trong lĩnh vực điều chế hóa chất", họ nhấn mạnh khi H. Cao Kều chọn hình ảnh đại diện công ty là một chú thỏ. "Chúng ta chẳng liên quan gì đến thỏ. Nhà máy của chúng ta chỉ có kỹ sư và thợ. Họ nói chuyện với nhau bằng bản vẽ, làm việc với các con số và dữ liệu chính xác! Chẳng có lý do gì để con thỏ này trở thành hình ảnh đại diện cho chúng ta. Đúng là nó ngộ nghĩnh thật, nhưng thếnày thì bán hàng được cho ai?"

Sau một hồi tranh cãi nảy lửa, các sếp cuối cùng cũng nhượng bộ để cho H. Cao Kều thực hiện một ý tưởng "chưa Từng có tiền lệ "

Anh làm theo hướng dẫn một cách chặt chẽ.

Mỗi khi gọi điện cho khách hàng hoặc đối tác, anh luôn tự xưng mình là *"Chú* Thỏ". Những tấm danh thiếp, brochure và giấy tờ của H. Cao Kều đều in hình chú thỏ chỉ tay vào tên công ty của anh ta kèm với số điện thoại và các dịch vụ mà công ty cung cấp cho khách hàng.

Mỗi khi có cơ hội, anh không quên giơ cao ngón trỏ của tay phải và chớp mắt "Tôi là một chú thỏ đảm đang!"

Tất cả nhân viên trong nhà máy, Tử các tiếp tân, thư ký cho đến ban giám đốc dần trở nên vui vẻ, thân thiện và niềm nở hơn mỗi khi H. Cao *Kều* có mặt với một hình ảnh đại diện thú vị, anh đã thổi vào công ty một luồng gió *mới, phá vỡ* những lề thói nhàm chán cũ, khiến họ không còn nghĩ *về* anh như *"một* tên thỏ cao kều chỉ biết làm dụng cụ hóa học."

Sau đó khoảng một tháng, văn phòng công ty bắt đầu sôi động hẳn lén khi chuông điện thoại reng mỗi lúc một nhiều bởi các cuộc gọi đến từ khách hàng tiềm năng. Phần lớn họ gọi điện để hẹn gặp H. Cao Kều và yêu cầu báo giá. Và câu đầu tiên của họ mỗi khi được bắt máy là "Chúng tôi muốn nói chuyện với người đại diện công ty, cái anh cao kều tên "Chú Thỏ" ấy?"

Không lâu sau đó, công ty của H. Cao Kều vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp tên tuổi và uy tín nhất nước Mỹ với danh sách khách hàng không ngừng tăng lên.

Dịp lễ Giáng Sinh sắp đến, công ty cho thiết kế thiệp Giáng Sinh với hình ảnh một ông già Noel độc nhất vô nhị: một chú thỏ mặc áo ông già tuyết với bộ râu trắng dưới cằm!

H. Cao Kều nói với tôi rằng đó là ông già Noel có đôi tai dài nhất mình Từng thấy, và hiển nhiên đó cũng là ông già Noel mà anh yêu thích nhất!

Mỗi khi có dịp tụ họp hay tiệc tùng, các sếp luôn bàn tán rôm rả về sự khấm khá của công ty và không ngờ rằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc lại có thể gây một hiệu ứng khó tin đến thế với những con người "làm việc với các con số" trong ngành này.

Chẳng có gì "khó tin" ở đây cả.

Ngành nào cũng vậy thôi, con người luôn cần những con số và thông tín chính xác. Và dưới đây cũng là một *thông tin chính xác*:

Các con số hay thông tin sẽ chẳng có tác dụng gì với những cái đầu bận rộn và đóng kín, chưa được khai thông bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để có thể tiếp nhận chúng!

Vì đầu óc chúng ta luôn bận rộn và chứa đầy những suy nghĩ khác nhau, nên thủ thuật vận dụng Trải Nghiệm Mới hoặc *bất* kỳ các cách thức giao tiếp nào tác động vào được Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc đều có thể được áp dụng trong *mọi* trường hợp, từ các tình huống cá nhân, trong công việc, trong kinh doanh cho đến trong các lĩnh vực chuyên môn - kể cả nha sĩ!

Bạn có hay đi khám răng?

Tất cả chúng ta đều đến nha sĩ cũng phải vài ba lần trong đời nhỉ. Mỗi khi cần đi khám răng nhưng chúng ta không biết nên đi nha sĩ nào làm không đau mà giá lại rẻ, chúng ta lại đi hỏi lòng vòng, ghé thử địa chỉ này đến địa chỉ nọ chỉ để tìm hiểu hoặc hỏi giá.

Đã bao lần chúng ta phí phạm thời gian của các nha sĩ: Hỏi xong chúng ta hứa sẽ quay lại mặc dù thực tế là "một đi không hẹn ngày gặp lại". Tệ hơn nữa, nhiều người trong chúng ta đã chọn một nha sĩ làm cho mình, để ông ấy khám răng cho mình, nhưng sau đó lại gọi nhầm tên hoặc so sánh với nha sĩ khác.

Thông thường, các nha sĩ thường thiết lập quan hệ với nhau và giới thiệu bệnh nhân cho nhau. Nhưng họ cũng thừa nhận rằng chính những người khách vô tình đến hỏi giá mới là nguồn thu hấp dẫn của họ, rằng cứ

mỗi một người bất kỳ ghé vào phòng khám chính là cơ hội để có thêm một bệnh nhân mới hoặc khách hàng trung thành về lâu dài.

Thật không may, rất nhiều nha sĩ không được đào tạo về Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để biết cách giữ chân những khách hàng tiềm năng này, đánh mất bao nhiêu cơ hội quý giá và để mặc những người đó gia nhập lực lượng "một đi không trở lại".

Ông Z.là một nha sĩ có thâm niên. Ông là người ít nói và nhút nhát mỗi khi gặp người lạ. Phòng khám răng của ông có vị trí thuận lợi trên một đại lộ và hầu hết bệnh nhân của ông đều xuất thân là những trường hợp vô tình bước vào hỏi giá như đã kể trên. Ông là một nha sĩ yêu nghề và giỏi chuyên môn, nhưng suốt nhiều năm hành nghề, ông Z.đã đánh mất nhiều khách hàng tiềm năng - những người bước vào rồi lại bước ra và không quay trở lại - vì thiếu kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc.

Thế nên, nha sĩ Z.quyết định tạo ra một "Trải nghiệm Mới" giúp ông vượt qua bản tính nhút nhát khi gặp người lạ và tương tác với bệnh nhân *tốt* hơn. Ông áp dụng "Trải nghiệm Mới" này cho tất cả khách hàng, Tử người mới cho đến những mối quen tới khám răng định kỳ. Sáng tạo mới của ông Z.được gọi là "Bệnh sử cá nhân".

Bất kể khách quen hay người mới, một khi họ bước chân vào phòng khám răng của ông Z. ông sẽ làm cho mỗi người họ một bộ hồ sơ "Bệnh sử cá nhân", và kể cả những người đến chỉ để thực hiện những chỉnh sửa nha khoa rất nhỏ nhặt cũng không ngoại lệ.

Hai chữ Cá nhân đánh động vào Tử Huyệt Danh Tiếng của mỗi người đến phòng khám; chúng tạo nên sự đáng tin cậy và khiến cho những ai đến đây đều có cảm giác được đối xử như những người khách quan trọng.

Chỉ khi khách cảm thấy thoải mái và hoàn toàn tin tưởng, ông Z.mới mời họ ngồi lên ghế khám răng. Khi đó, ông sẽ xem lại "Bệnh sử cá nhân" để tìm hiểu căn cơ vấn đề răng miệng của họ cũng như xác định phương pháp chữa trị tốt nhất một cách rõ ràng và công khai trước mặt bệnh nhân.

Nhờ vào sáng kiến này, những ai đã bước vào phòng khám nha khoa của ông Z.– bất kể khách quen hay người mới - đều không muốn trở ra hay chuyển qua nơi nào khác nữa. "Bệnh sử cá nhân" giúp họ dễ dàng nhớ được những lời khuyên và chi phí chăm sóc của bác sĩ, thuận lợi và thân thiện hơn nhiều so với những dịch vụ chăm sóc sức khỏe phức tạp, nặng tính kỹ thuật và những lời khuyên đầy rẫy thuật ngữ chuyên môn khó hiểu ở những nơi khác.

Những hồ sơ "Bệnh sử cá nhân" giúp nha sĩ Z.gìn giữ thông tin cá nhân riêng tư của khách cũng như giúp gia tăng uy tín nghề nghiệp của chính ông. Không những thế chúng làm nên một "cátính riêng" của ông so với những người khác trong nghề, giúp nhiều người nể trọng và nhớ đến ông.

Những người mới đến quyết định trở thành khách hàng trung thành của nha sĩ Z.không đơn thuần vì giá cả dịch vụ nữa mà là vì uy tín và chuyên môn nha khoa của ông. về mặt cảm xúc, sáng kiến "Bệnh sử cá nhân" của ông Z.giúp thiết lập một sự giao cảm, một mối quan hệ thân tình giữa bệnh nhân và bác sĩ, khiến họ *muốn ở* lại và cảm thấy hài lòng hơn hẳn so vói những nơi khác chỉ đơn thuần làm việc cho hết trách nhiệm và vô cảm.

Đối với cá nhân nha sĩ Z. hồ sơ "Bệnh sử cá nhân" là một công cụ hữu hiệu giúp ông vượt qua sự nhút nhát để khởi đầu cuộc trò chuyện và tham

vấn cho bệnh nhân. Nha khoa là chuyên môn của ông, nên bộ hồ sơ giúp ông dễ dàng lấy lại sự tự tin để bắt chuyệnvới những bệnh nhân tiềm năng. Nhờ đó mà kỹ năng giao tiếp, thể hiện bản thân và chuyên môn nghề nghiệp của ông Z. cũng dần dần tiến bộ hơn hẳn, giúp ông làm chủ được phong thái và cảm xúc của chính mình, cũng như nắm bắt và xử lý tốt những cảm xúc dễ hiểu ở bệnh nhân như sự lo lắng, hồi hộp, đau đớn hay thoải mái.

Cho đến ngày nay, hầu hết những khách hàng của ông Z. đều do giới thiệu. Nhưng đồng thời, sáng kiến "Bệnh sử cá nhân" - một "Trải nghiệm Mới" do ông nghĩ ra - cũng không ngừng mang lại thu nhập khủng cho ông, hô biến tất cả những người mới đến thành khách quen!

Sau đây là một câu chuyện khác ở miền Tây nói về một vị nha sĩ đãthu hút được hàng nghìn người đến phòng khám của mình chỉ bằng HAI CHỮ tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc!

Một nha sĩ tên Parker mở phòng khám nha khoa trong một khu dân cư vốn đã có rất nhiều phòng khám khác tương tự. Cũng giống nhưParker, họ cũng làm biển hiệu thật nổi bật với nội dung nhấn mạnh học vịvà bằng cấp của nha sĩ. Nếu nhìn Tử bên ngoài, tất cả các phòng khámnha khoa đều trông na ná như nhau.

Nhằm mục đích tạo lợi thế cạnh tranh cho mình, thu hút khách mới đến và làm cho mọi người khách phải nhớ đến mình, Parker quyết định đổi nội dung biển hiệu của mình thành "Nha sĩ Parker chữa răng - Bảo Đảm KHÔNG ĐAU."

Chỉ một thay đổi nhỏ như vậy thôi, mà bệnh nhân ùn ùn kéo đến đông đến nỗi ông phải thuê thêm vài nha sĩ khác phụ mình! Không lâu sau đó,

ông đã có đủ vốn để mở cả một chuỗi phòng mạch nha khoa của riêng mình với thương hiệu "Nha sĩ Parker chữa răng - Bảo Đảm Không Đau. Chuỗi phòng khám của ông thành công đến nỗi ông giao lại việc khám răng cho những nha sĩ dưới quyền để tập trung vào việc quản lý và cố vấn chuyên môn.

Hai Tử "Không Đau" đã tạo nên một "Trải nghiệm Mới" mà bất kỳ ai có nhu cầu khám răng cũng khao khát. Thứ nhất, đó là một thương hiệu mới lạ và có một không hai đối với một nha sĩ thời bây giờ. Sự khác biệt của nó đã gây chú ý với quần chúng, khơi gợi sự tò mò, tạo một ấn tượng dễ nhớ và đánh thẳng vào Tử Huyệt Bản Thân, tức nỗi sợ đau của mỗi người.

Đó là một lời đảm bảo mà hầu hết những người đi khám răng đều muốn nghe Tử nha sĩ TRƯỚC KHI có đủ dũng khí ngồi lên ghế chữa răng!

Theo như tôi tìm hiểu thì Từ đó đến nay, cũng chưa có người khách nào phàn nàn về việc chất lượng khám răng của Parker có tương xứng với hai Tử "Không đau" mà ông quảng cáo hay không, nhưng tôi được biết là ông vừa đi làm thủ tục đổi tên thật của mình thành "Không Đau" luôn cho tiện!

Người ta gọi ông bằng cái tên đó nhiều đến nỗi ông gần như quên mất tên thật của mình!

Trải Nghiệm Mới thuộc Tử Huyệt Tình Yêu là một gia vị cảm xúc quyền năng, có thể khơi gợi sự yêu thích Tử*bấtcứ ai* đối với một conngười, một sản phẩm, một công ty hoặc một hành động *bất kỳ*. Nó là một thủ thuật Thôi Miên Cảm Xúc đánh trúng tâm lý thích cái mới hoặc thói "ham của lạ"cố hữu của con người: gây sự chú ý, mở mang tư duy, và khơi gợi ký ức

của người bị tác động.

Một lời mắng yêu, một cử chỉ tinh tế một phong thái nói chuyện mới lạ, một kiểu tóc hay phụ kiện thời trang đang mốt, hoặc một thương hiệu, tiêu đề, hoặc một tấm danh thiếp dù nhỏ cũng có thể khiến người đối diện quan tâm và phấn khích nếu chúng hàm chứa một liều lượng Trải Nghiệm Mới đủ mạnh!

Có hai anh chàng nọ khởi nghiệp kinh doanh dịch vụ in ấn và photocopy. Nếu không có gì đặc biệt, họ cũng chỉ là "hai gã in ấn và photocopy" như những người khác cùng nghề. Các ấn phẩm quảng cáo và danh thiếp của họ được thiết kế với hình ảnh những chú mèo rất dễ thương. Bên cạnh những chú mèo là dòng chữ "Chúng tôi là những kẻ sao chép chuyên nghiệp - và rất yêu nghề!"

Hình ảnh những chú mèo tạo hiệu ứng gây chú ý và gợi liên tưởng vô cùng hiệu quả, giúp hai anh chàng nọ làm nên một Trải Nghiệm Mới thú vị khiến cho khách hàng dễ dàng nhớ ngay đến tên tuổi và nghề nghiệp của họ!

Trải Nghiệm Mới cũng có thể ứng dụng cho cả những lĩnh vực hay nghề nghiệp nghiêm túc như giáo dục, kinh doanh, các công việc chuyên môn kỹ thuật, thậm chí là trong các mối quan hệ gia đình thân thuộc. Nó giúp tạo nên giá trị *cộng thêm* cũng như những cảm xúc mới lạ và thú vị cho các học viên, khách hàng, bệnh nhân và khán giả cũng như xui khiến họ lắng nghe, ngắm nhìn, suy nghĩ và bàn tán về bạn một cách tự nguyện!

Bing Crosby, Frank Sinatra, Perry Como, Nat "King" Cole, Pat Boone và nhiều danh ca khác của thời đại chúng ta sẽ mãi được công chúng ghi nhớ bởi phong cách biểu diễn độc đáo của họ.

Nghĩ một chút nào! Nhớ lại xem *đâu là những điều khiến cho bạn yêu thích và nhớ* về họ.

Rõ ràng là họ phải có những điểm đặc biệt nổi trội nhất định nên bạn mới yêu thích họ chứ không phải những nghệ sĩ khác!

Mỗi khi AI Jolson cất tiếng hát, bạn hoàn toàn có thể thưởng thức phần trình diễn của ông một cách ngất ngây mà chẳng cần mở mắt để nhìn thấy ông, và ông cũng chẳng cần phải khắc tên mình lên ngực để bạn biết là ông đang hát. Dù nhắm mắt đi chăng nữa, khán giả vẫn có thể nhận ra giọng hát đặc trưng của Jolson - chứ không phải Horsevvhistle hay ai khác! Ông sở hữu một giọng ca Thôi Miên Cảm Xúc một cách độc đáo và không giống bất kỳ ai!

Nữ danh ca Édith Piaf xây dựng cho mình một sự nghiệp ca hát lẫy lừng và một lượng người hâm mộ cuồng nhiệt trên toàn thế giới. Bà Từng biểu diễn ở những sân khấu thượng lưu như Waldorf-Astoria.

Bà nổi tiếng có phải nhờ những bộ cánh lấp lánh đắt tiền? Kiểu tóc thời thượng? Thân hình quyến rũ? Hay những đôi giày cao gót triệu đô?

Không hề. Chỉ có khách khứa hộp đêm mới thích nhìn ngắm những thứ đó.

Édith Piaf hát với một chiếc đầm đen mộc mạc và một kiểu tóc đơn giản đến mức luộm thuộm. Bà luôn mang giày đế bằng, chủ yếu là sanđal hở ngón và không có gót.

Cùng với một dàn nhạc hàn lâm với những nhạc công, nhạc sĩ mặc trang phục trang trọng và có trình độ cao, những màn trình diễn của Édith Piaf khiến khán thính giả phải nín thở và đắm say Từ đầu đến cuối!

Chưa kể, những màn múa minh họa điệu nghệ bên cạnh những tên tuổi ngôi sao trên sân khấu tạo nên một sắc thái độc đáo và một "cá tính rất riêng" cho toàn bộ chương trình ca nhạc.

Cá tính riêng? Đó chính là Ted Lewis với chiếc mũ trông rất bụi bặm và miệng hát vang bài "Is Everybody Happy" như đang nói chuyện! Đó là Eddie Cantor mắt to vui nhộn và những câu chuyện hóm hỉnh về các cô con gái của ông. Đó là Jimmy Durante với chiếc mũi to rất đặc trưng và một phong cách diễn hài không giống ai giúp ông tỏa sáng trên sân khấu. Đó là Guy Lombardo với những khúc nhạc trầm bổng diệu kỳ làm say mê hàng triệu người. Đó là cách phát âm ậm ừ của Lawrence Welk đã giúp cho ban nhạc của ông phá vỡ mọi nguyên tắc thành công cố hữu của truyền hình và khiến ông trở thành một cái tên có sức ảnh hưởng vô cùng lớn đối với khán thính giả đại chúng.

Cứ mỗi khi người dẫn chương trình cất tiếng "Hãy cùng nhún nhảy và lắc lư với..." là hàng nghìn khán giả bên dưới ngay lập tức đáp lại " với Sammy Kaye"! Suốt nhiều năm trời, không một ai biết đến Paul Whiteman cho đến khi ông trình diễn bản nhạc jazz bất hủ Rhapsody in Blue của George Gershwin.

Tất cả họ đạt đến đỉnh cao danh vọng đều nhờ vào "cá tính riêng" của mỗi người - thứ mang lại cho công chúng những Trải Nghiệm Mới mà không một ai khác làm được. Thông thường, Trải Nghiệm Mới trong Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trở nên hiệu nghiệm hơn bao giờ hết nếu bạn có thể thực hiện nó một cách "tự nhiên" và "không hoàn hảo , tức không khiên cưỡng.

Nếu hoàn hảo thì chẳng có gì để nói. Thực tế sự hoàn hảo không tì vết

ít khi gây chú ý mạnh mẽ lâu dài bởi tính chất giả tạo của nó.

Trong khi đó, sự tự nhiên và không hoàn hảo có thể đánh động giác quan và giúp khơi mở tâm trí của bất kỳ ai.

Chẳng hạn, bạn quen cô bạn Doris đã nhiều năm nay. Son môi của cô ấy thì lúc nào cũng "đầy đủ không thiếu màu nào"... tóc cô ấy lúc nào cũng "chuẩn không cần chỉnh"... khuôn mặt cô ấy lúc nào cũng được đánh phấn "dày không tì vết"... còn quần áo và phụ kiện trên người cô ấy thì luôn "chỉn chu như ma-no-canh trong shop thời trang." Doris hoàn hảo đến mức bạn không chê vào đâu được, đến nỗi bạn không có gì để nói trừ môt chút cảm giác "lạnh lẽo", "vô hồn."

Một buổi sáng nọ, bạn vô tình chạy xe ngang qua nhà cô ấy. Bạn nhìn thấy cô bạn Doris-không-tì-vết của mình đang đi đổ rác! Tóc cô ấy được búi vội một cách cẩu thả trên đỉnh đầu, còn mặt cô ấy không một chút phấn son.

Đây là Doris sao?

Chính lúc này đây - bạn không còn nghĩ về cô ấy như một ma-nơ-canh di động, mà là một con người. Sự không hoàn hảo cũng khiến bạn cảm thấy cô ấy tự nhiên và "ấm áp" hơn!

Một chút không hoàn hảo hoặc tì vết có thể gây một hiệu ứng mạnh mẽ không thua gì tin sốt dẻo trên tờ báo buổi sáng.

"CƯỚP NHÀ BĂNG!" Nghe có vẻ hấp dẫn.

"BỚ LÀNG NƯỚC ƠI! CƯỚP NHÀ BĂNG!" Chúng ta bị thu hút hơn hẳn!

Bạn hãy nhớ lại xem, tất cả những người dẫn chương trình hoặc MC

nổi tiếng đều có một phong cách hoặc cá tính riêng khiến cho khán giả phải nhớ.

Các chương trình truyền hình hoặc phim quảng cáo được nhiều người yêu thích có khả năng lăng-xê cả sản phẩm lẫn con người trong đó. Hầu hết các đoạn phim quảng cáo và các chương trình được tài trợ hiệu quả đều biết cách biến người xem thành một phần trong câu chuyện hoặc cuộc chơi của họ. Khi Arthur Godirey mắng chửi thậm tệ sản phẩn lẫn nhà tài trợ của mình trên truyền hình cũng như trước mắt bao nhiêu khán giả xem đài, ông ta không chỉ khiến cho sản phẩm bán chạy đột biến nhờ thu hút được sự chú ý quan tâm của công chúng, mà hành động này còn khiến ông một bước trở thành ngôi sao truyên hình kiêm đài phát thanh.

Vở nhạc kịch Aida được diễn đi diễn lại rất nhiều lần bởi nhiều nghệ sĩ khác nhau. Nhưng vở mà tôi nhớ nhất lại là một màn trình diễn mắc lỗi rành rành.

Các nhạc công thổi kèn trumpet đứng ngay hàng thẳng 101 trên sân khấu và sẵn sàng trình diễn. Người nhạc trưởng lĩnh xướng cả dàn nhạc biểu diễn giai điệu Hành Khúc Chiến Thắng (Triumphal March.) Không may, ca sĩ chính *vẫn chưa có mặt*.

Trước tình thế bất ngờ đó, người nhạc trưởng cho ngừng nhạc và gõ cây đũa chỉ huy của mình. Ông cùng dàn nhạc chơi khúc nhạc lại Tử đầu. Và cứ thế cho đến khi giai điệu được chơi lại đến bốn lần thì ca sĩ chính mới xuất hiện và tiết mục được tiếp nối!

Đôi khi, sự xuất hiện của một chi tiết hoặc tình huống không tưởng có thể phát huy quyền năng Trải Nghiệm Mới một cách ngoài sức tưởng tượng.

Vào một ngày đẹp trời ở một thành phố miền Đông nọ, khách bộ hành lẫn các tài xế xe cơ giới bất ngờ đổ dồn sự chú ý vào một chiếc xe tải nhỏ. Lý do là vì đằng sau chiếc xe gắn một biển hiệu với nội dung: "TÀI XẾ ĐANG VỪA LÁI XE VỪA CHỚP MẮT LIA LỊA!

Mọi con mắt trên đường phố đổ dồn vào chiếc xe vì không ai tin nổi làm sao có thể vừa lái xe an toàn vừa chớp mắt được kia chứ.

Đến khi họ chạy lên đầu xe thì mới nhận ra đó là một biển quảng cáo chơi chữ của một công ty sản xuất cửa chớp, với thông tin và địa chỉ được đăng ở mặt trước của xe.

Những mối lo toan trách nhiệrn hàng ngày không ngừng nhấn chìm chúng ta trong sự nhàm chán tẻ nhạt

Chúng ta mải bận rộn vói những điều mà lý trí của chúng ta cho là *đúng* mà không quan tâm đên việc mình có *thích* chúng về mặt cảm xúc hay không!

Chúng ta lớn lên như nhau: mỗi ngày đánh răng, rửa mặt, chải tóc với cách thức Tửa tựa nhau, cùng ăn những loại thức ăn như nhau với thời điểm cũng gần như trùng nhau ba bữa một ngày. Mỗi ngày chúng ta đi học, đi làm rồi về nhà trên cùng một con đường, lầm bầm những điều na ná nhau, các thú vui chơi cũng không có gì mới suốt năm dài tháng rộng.

Những sự lặp đi lặp lại chán chường bào mòn đầu óc chúng ta, khiến chúng ta không nhận ra những chân trời tươi đẹp hiện hữu ngay xung quanh mình.

Do vậy, khi bạn "phá rối" những thói quen tẻ nhạt ấy của đối phương bằng một cá tính riêng độc đáo đóng vai trò là một Trải Nghiệm Mới chưa

Từng có trong đời họ, bạn sẽ khơi dậy được mọi cảm xúc tích cực nơi họ: Tử sự yêu thích, đồng thuận, chấp nhận, cho đến đam mê, hành động và mua hàng của bạn ngay lập tức.

Tạp chí Life Từng đăng tải một bài viết thú vị nói về mười hai siêu mẫu hàng đầu nước Mỹ. Trong đó, tác giả David Scherman viết rằng: "Mặc dù cả mười hai cô đều có hàm răng đẹp, nhưng họ rất ít khi cười. . Mặc dù họ đều có làn da tuyệt mỹ, nhưng chính cấu trúc xương mang vẻ đẹp Châu Âu cổ điển đã làm nên tên tuổi của họ. Vì thế họ chẳng giống người Mỹ tí nào. Nhưng cũng vì thế họ giúp các công ty bán được nhiều xà phòng, mỹ phẩm, dầu gội đầu, trang sức, nước hoa, sơn móng tay, máy phát thanh, máy hút bụi và xe hơi hơn bất kỳ người phụ nữ Mỹ nào khác!"

Người Mỹ và người Mỹ đã quá quen mặt nhau. Chỉ cần cho họ nhìn thấy một người ngoại quốc khác biệt hoàn toàn với họ, họ sẽ chú ý ngay lập tức.

Một trong các học viên của tôi cảm thấy lo lắng và có phần xấu hổ bời cách phát âm tiếng Anh như... tiếng Pháp của mình. Tôi khuyên cô ấy không có gì phải lo lắng. Nếu cô ấy cố gắng xóa bỏ cái giọng Pháp đặc trưng của mình, cô ấy sẽ đánh mất một nét rất riêng có thể mang lại Trải Nghiệm Mới và cảm giác thú vị cho những ai tiếp xúc với cô! Đó là một đặc điểm riêng có khả năng Thôi Miên Cảm xúc và nó sẽ giúp mọi người chú ý và nhớ đến cô ấy nhiều hơn.

Do vậy, bạn không có gì phải ngại ngùng. Hãy giải phóng trí tưởng tượng, sự sáng tạo của bạn và mạnh dạn làm những gì mình thích! Làm điều gì đó thật *mới mẻ* và *táo bạo*, và biến chúng thành Trải Nghiệm Mới đối với tất cả mọi người xung quanh bạn!

Hãy sáng tạo và xây dựng một *cá tính riêng* cho mình! Dám *khác biệt*! Đừng ngại thử những món ăn *mới*, thử sức với những thú vui *mới*, thể nghiệm những phong cách và tư duy mới và làm quen với những con người *mới*!

Hãy ứng dụng sự Thôi Miên Cảm Xúc này *một cách có ý thức!*

Điều này sẽ giúp bạn làm mới những suy nghĩ và tư duy cố hữu của mình, cải thiện tính cách bản thân và nâng cao khả năng thuyết phục người khác của bạn.

"Sự khác biệt giữa người này với người kia là rất nhỏ" William James Từng phát biểu. "Và cái điều nhỏ nhoi đó... lại *vô cùng quan trọng*!"

Hãy biến sự khác biệt nhỏ nhoi đó thành quyền năng Thôi Miên Cảm Xúc!

Hãy tạo cho mình một cá tính riêng... một tính cách cá nhân không lẫn với ai khác được!

Một khi làm được điều đó, bạn sẽ có khả năng sáng tạo và mang Trải Nghiệm Mới đến cho mọi người xung quanh. Và kỹ năng này sẽ mang lại một sự thay đổi LỚN tích cực cho bạn cũng như cuộc sống của bạn!

Xin chúc mừng, bạn đã nắm bắt được bộ ba "nội công thâm hậu" của Tử Huyệt Tình Yêu rồi đấy:

1. *Sự hấp dẫn giới tính và khao khát kết hôn*
2. *Lời hứa hẹn Tương Lai;*
3. *Trải Nghiệm Mới.*

Giờ đã đến lúc chúng ta khám phá bản chất, động cơ, những khao khát

và nỗi sợ của Tử Huyệt Danh Tiếng - một trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc khiến cho cuộc sống con người hoặc hạnh phúc tột cùng hoặc điêu đứng thảm hại.

Chương 7

Vận dụng Tử Huyệt Danh Tiếng để gặt hái thành công trong cuộc sống

Suốt những năm đầu phát hành tờ tạp chí *Theatre* nổi tiếng của mình, Paul Meyer thường xuyên rơi vào tình cảnh rỗng túi. Để có tiền làm tạp chí, ông buộc phải chi tiêu dè sẻn và cắt giảm nhiều khoản chi trong sinh hoạt hàng ngày.

Tuy nhiên, có một sở thích duy nhất mà ông không bỏ được: thưởng thức các buổi trình diễn ở nhà hát opera Metropolitan.

Dù Paul được mệnh danh là *"Bằng* Hữu của Hàng Nghìn Người Nổi Tiếng", chẳng mấy ai biết về tình trạng nghèo túng thực sự của ông. Những

gì họ biết về ông là chất giọng Pháp đặc sệt, một khiếu hài hước rất riêng, một chiếc gậy ba-toong đặc trưng và tình yêu nhạc kịch vô bờ bến.

Paul Meyer kể tôi nghe rằng, trong những năm đầu thế kỷ XX, khán giả của nhạc kịch hay opera phần lớn đều thuộc tầng lớp quý tộc thượng lưu.

"Chỉ những quý ông lịch lãm, áo quần bảnh bao, đội mũ lụa và mang găng tay trắng mới được phép bước chân vào nhà hát", Meyer nói.

Còn với các quý bà, nhà hát là nơi để chị em có dịp trình diễn và so găng nhau bằng những bộ cánh lấp lánh đắt tiền kèm vói những trang sức, áo lông thú và phụ kiện thời trang thời thượng.

Xa xỉhơn, mỗi một bộ cánh đắt đỏ đó chỉ được mặc đúng một lần, để rồi sau đó, các quý cô sẽ vứt hoặc đem cho ngườihầu. Rồi sau đó cô người hầu tiếp tục diện bộ cánh đó để so găng với các hầu gái khác trong những dịp đặc biệt!

Nếu một quý cô nào mặc một bộ cánh đến hai lần, họ sẽ trở thành chủ đề bàn tán không được hay ho cho lắm của các hội "bà tám" sang chảnh.

Ôi, không điều gì bất hạnh hơn cảm giác của một quý cô không may mất hàng trăm nghìn đô và hàng nhiều tuần liền chuẩn bị để diện một bộ cánh tuyệt đỉnh có một không hai đến buổi tối quan trọng để rồi sau đó phát hiện ra một bà chị khác ở đó cũng mặc một bộ "hàng độc" y chang như của mình! Meyer nói rằng mỗi khi những trường hợp như thế xảy ra, thiên hạ sẽ được chứng kiến vài ba vở hài kịch cười ra nước mắt giữa các vị khách xinh đẹp đến nỗi lấn át cả những màn trình diễn lấp lánh trên sân khấu.

Các buổi biểu diễn ở Metropolitan nổi tiếng với sự đầu tư hoành tráng và xa hoa. "Ngay cả các bà các cô ưa buôn chuyện nhất vì những chiếc váy cái đầm cũng phải chăm chú theo dõi Từng nhất cử nhất động trên sân khấu, vì bóng tối trong nhà hát không cho phép họ nhìn thấy nhau để mà ghen ăn tức ở!"

Mọi thứ trong nhà hát opera Metropolitan đều hòa hợp trong một tổng thể cao sang gắn liền với danh tiếng của nó, ngoại trừ ấn phẩm chương trình biểu diễn - một tờ giấy chiếc được in ấn một cách bất cẩn trên chất liệu giấy rẻ tiền.

Vào một đêm diễn nọ ở nhà hát, Paul Meyer đến xem kịch trong một bộ trang phục được chăm chút kỹ lưỡng với đôi găng tay trắng muốt. Ông vừa theo dõi vở kịch vừa xem đi xem lại tờ chương trình. Tờ chương trình với mực in cẩu thả làm vấy bẩn đôi găng tay trắng của ông bằng những vệt xám.

Cứ như thế cho đến đoạn kết màn biểu diễn, các đầu ngón tay trên găng tay của Meyer đen kịt.

Thế là ông đổi tư thế ngồi, đặt úp hai bàn tay lên đùi để giấu đi các đầu ngón tay bị bẩn. Nhìn chung quanh, Meyer thấy các quý ông khác cũng hành động tương tự.

Sau đó. Meyer than phiền điều này với John Brown, viên quản lý của nhàhát:" Tôi vào đây với một đôigăng tay trắng tinh. Nhưng giờ thìchúng thế này đây!" - ông vừa nói vừa chìa mười đầu ngón tay đeo găng của mình.

“Anh làm trong ngành xuất bản mà Paul” , Brown mỉm cười “Anh có

biết cách làm thế nào để giúp chúng tôi in những ấn phẩm *chất lượng hơn!"*

Meyer gật đầu.

Ngày hôm sau. ông gọi điện thoại cho Otto H. Kahn, Tổng giám đốc nhà hát opera Metropolitan lúc bấy giờ, và có được một cái hẹn vàotuần kế tiếp. Trong thời gian chờ đến ngày hẹn, Meyer soạn thảo khung chi tiết cho chiến dịch làm lại ấn phẩm quảng bá cho nhà hát.

Khi ông Kahn ngâm cứu bản kế hoạch đó, ông ta tỏ vẻ rất hào hứng, nhưng câu trả lời của ông lại khiến Meyer ngập ngừng. Ông nói rằng việc làm lại ấn phẩm chương trình đòi hỏi nhà hát phải chi tiền cho quảng cáo và cần 27.500$ mỗi mùa cho việc ký hợp đồng.

Tuy nhiên, Paul Meyer không để cho khuôn mặt thất vọng của ông Kahn khiến mình chùn bước. Ông bảo đảm vói Kahn rằng ông sẽ xem xét vấn đề này thật kỹ lưỡng.

Nói là vậy, nhưng thực tâm, Meyer cũng đang vò đầu bứt tai. Bản thân ông cũng đang sống trong cảnh túng thiếu, lấy đâu 27.500$ cho việc in ấn quảng cáo? Chưa kể đây là một ý tưởng chưa Từng có tiền lệ.

Giờ ông chỉ có hai lựa chọn: hoặc hoàn tất kế hoạch ngay lập tức, hoặc báo sớm cho ông Kahn về quyết định Từ bỏ dự án này. Meyer biết chắc rằng ban giám đốc nhà hát sẽ không rảnh hơi để nghe một ý tưởng nhảm nhí mà không có kết quả. Nhà hát opera Metropolitan là một thánh đường, không dành cho những điều nhảm nhí!

Thánh đường!

Đây có vẻ là danh Từ chính xác để miêu tả tầm vóc của nhà hát này

lúc bấy giờ. Chỉ có những khán giả thực sự đặc biệt mới quan tâm đọc những ấn phẩm của Metropolitan!

Một cách nhanh chóng, Meyer liên hệ với tất cả những nhà quảng cáo mà ông biết. Ông giới thiệu súc tích về chương trình biểu diễn của nhà hátvới Từng người mình gặp.

Ông nói họ rằng: "Các ông cũng biết, Metropolitan không chỉ là một nhà hát opera, mà còn là một thánh đường kịch nghệ, một vương quốc thật đặc biệt. Do vậy, chỉ những nhà quảng cáo tài hoa và đặc biệt nhất mới được mời tham gia vào chiến dịch quảng cáo này. Đây là cơ hội nghìn năm có một của các anh để làm nên lịch sử - bằng không thì hãy nhường chỗ cho những đối thủ khác xứng tầm hơn!"

Kết quả vượt ngoài mong đợi.

Ba tên tuổi lớn trong lĩnh vực sản xuất và gia công đàn piano là Knabe Piano, Aeolian và Hardman Peck nhanh chóng vào cuộc. Gorham Silver, Tổng công ty Thuốc lá Hoa Kỳ và nhiều tên tuổi khác muốn đặt quảng cáo. Các trung tâm phát hành nức tiếng như Victor, Columbia và Brunswick cũng không bỏ qua cơ hội. Với một lực lượng các doanh nghiệp tham gia hùng hậu như thế Paul Meyer đã gây quỹ được đủ số tiền để lập hợp đồng quảng cáo.

Số đầu tiên của loạt Chương trình biểu diễn Nhà hát Opera Metropolitan đãđược in ấnvà pháthành ngayđêm diễn đầu tiên củamùa 1911-1912. Sự kiện này gây được hiệu ứng mạnh mẽ đến nỗi các nhà báo tường thuật lại rằng mọi người chúi mũi vào các ấn phẩm của nhà hát đến mức quên cả việc xã giao với nhau!

Paul Meyer cũng có được cho mình một nguồn thu nhập dồi dào Tử khi đảm nhiệm luôn công việc quảng cáo cho nhà hát opera Metropolitan suốt mười năm kể Từ đó đến nay.

Chiến dịch quảng cáo đó của nhà hát opera Metropolitan cũng mở ra một thời kỳ lịch sử mới cho lĩnh vực quảng cáo kịch nghệ. Cách thức làm quảng cáo của Metropolitan lúc bấygiờ được nhiều nhà hát, sân khấu vũ kịch và các công ty kinh doanh trong showbiz áp dụng đến tận thời nay.

Đằng sau những vẻ ngoài hào nhoáng, mọi công ty hay doanh nghiệp đều khao khát trở thành người dẫn đầu, là tên tuổi lẫy lừng nhất trong lĩnh vực của mình.

Khao khát trở thành số một trong một công việc hay lĩnh vực nào đó ám ảnh tâm trí của mọi con người và khiến chúng ta quan tâm ở bất kỳ nơi đâu.

Và thế là chúng ta bị thôi thúc phải hành động để hiện thực hóa nó.

Danh Tiếng là niềm khát khao của mọi công ty hay doanh nghiệp. Với cá nhân, Tử Huyệt Danh Tiếng gắn liền với thể diện, danh dự và uy tín. Nó cũng đồng thời là thành phần chủ đạo trong ước mơ thành đạt cháy bỏng của mỗi một cá nhân.

Tử Huyệt Danh Tiếng đã hiện hữu và trở nên mãnh liệt trong mỗi chúng ta ngay từ khi chúng ta còn là những đứa trẻ bắt đầu biết khóc, cười hoặc mếu máo để gây chú ý với người lớn.

Càng lớn, chúng ta lại càng cảm thấy cần đến Danh Tiếng, như thể đó là hơi thở để sống, một niềm kiêu hãnh cá nhân không gì thay thế được.

Tử Huyệt danh tiếng là một mảng lớn trong mô thức cảm xúc của mỗi

con người. Việc ứng dụng tử huyệt này một cách khéo léo để tạo ra được hiệu ứng Thôi miên cảm xúc trong giao tiếp sẽ giúp bạn đạt được những thành công ngoài mong đợi trong cuộc sống.

Vào một dịp nọ ở New Jersey, tôi rất tò mò về một tấm biển viết bằng tay được đặt trước một căn nhà kia. Tôi nhìn thấy hai cậu bé cầm xẻng nhìn tấm biển, sau đó chúng chạy ra phía rìa ngôi nhà ngay lập tức.

Ở đó, chúng nhập bọn với bốn đứa trẻ khác đang xắn áo quần nom rất khí thế để bắt đầu xúc một đống cát lớn. Bên cạnh đó là một người đàn ông đang mỉm cười và giơ tay chỉ đạo lũ trẻ trong im lặng.

Ông ta kể tôi nghe rằng ông đang cần xúc đống cát này đi để thay bằng đất mặt. Nhưng vì đang có bệnh trong người, ông không đủ sức làm việc đó một mình. Thế nên ông mới đặt một tấm biển viết tay trướcnhà, trong đó viết rằng ông sẽ trả một đô-la cho bất kỳ ai đồng ý giúp ông xúc cát.

Mặc cho tấm biển ở đó, chẳng ai quan tâm cả.

Thế là ông nâng mức thưởng lên một đô rưỡi, rồi hai đô-la với hy vọng có người đồng ý, nhưng vẫn chẳng ăn thua.

Một ngày nọ, ông vô tình nhìn thấy một nhóm mấy đứa trẻ trong khu dân cư đang chơi đùa với nhau. Chúng cá cược với nhau xem ai là người chạy nhanh nhất, đọc giỏi nhất và nhảy khỏe nhất và liên tục thi thố với nhau. Sau lần đó, ông dỡ bỏ tấm biển cũ và thay bằng một tấm biến mới - là tấm biển mà tôi nhìn thấy.

Nội dung trong đó là

THƯỞNG 75 CENT CHO CẬU BÉ NÀO XÚC ĐƯỢC NHIỀU CÁT NHẤT Ở SAU NHÀ TÔI NGAY HÔM NAY- '

THỨ BẢY, 3 GIỜ CHIỀU - - NGAY SAU HIỆU LỆNH "BẮT ĐẦU!"

Nội dung tấm biển nhắm thẳng vào Tử Huyệt Danh Tiếng - khaokhát trở thành người giỏi nhất - của lũ trẻ. Đây mới chính là điều khiến bọn trẻ thích thú chứ không phải số tiền trả công!

Ẩn trong mọi chủ đề đều có ít nhất một nhân tố đặc biệt có thể được khai thác để khiến cho tất cả mọi người phải chú ý và làm theo những gì bạn muốn. Chỉ cần chọn ra đúng được nhân tố giữa hàng hà sasố lý lẽ thuộc Bộ Tứ Tử Huyệt, các cuộc giao tiếp của bạn sẽ trở nên suôn sẻ, vui vẻ, thành công và có tính thuyết phục hơn bao giờ hết.

Một Tử Huyệt Cảm Xúc được khơi gợi và định hướng đúng cách không chỉ giúp bạn giao tiếp thành công, mà còn giúp bạn tiết kiệm thời gian và tránh khỏi nhiều rắc rối không đáng có. Rất nhiều trường hợp bạn có thể khám phá ra được Tử Huyệt Danh Tiếng *chính xác* của một người chỉ bằng sự quan sát tinh tế và khách quan!

Đó là bài học mà anh chàng đi giao sữa trong câu chuyện sau ngộ ra được khi sựkiên nhẫn của anh bị thách thức đếncùng cực.

Vào rạng sáng nọ, khi mà mặt trời vẫn còn ngái ngủ, anh chàng giao sữa của chúng ta có nhiệm vụ giao hai lít sữa cho một khách hàng đặc biệt – một góa phụ trung niên sống trong một ngôi nhà nhỏ xinh với phong cảnh chung quanh đẹp ngất ngây. Anh dùng tay trái mở nắp thùng sữa để trước nhà rồi dùng tay phải thay các chai sữa rỗng bằng các chai mới và đặt

vào đó. Xong việc, anh rút tay ra, rồi bất ngờ la toáng lên vì đau.

Một mảnh kim loại sắc nhọn lạc lõng giữa các bề mặt thùng sữa đã cứa vào mặt trên cổ tay anh!

Do trời còn tối, anh vớ lấy cái đèn pin để lấy hết các chai sữa rỗng ra rồi trở lại chiếc xe tải của mình, vừa đi vừa liếm láp vết thương.

Anh đặt một mẩu giấy nhỏ trên thùng sữa để nhắn lại bà chủ nhà: "Chị làm ơn sửa lại cái thùng sữa. Nó làm tôi bị đứt tay sáng nay. (Ký tên) Người giao sữa”

Hai ngày sau, anh trở lại ngôi nhà đó để giao lốc sữa kế tiếp. Nhẹ nhàng mở nắp thùng sữa trước nhà, anh đổ sữa vào như mọi khi.

“Á” anh vừa la vừa giật cả người- Lần này, mảnh kim loại *'bé bé xính xinh'* khứa qua hai ngón tay trên tay phải của anh-

Bà chủ nhà chưa sửa thùng đựng sữa.

Anh viết một mành giấy khác, đính trên một chai sữa rỗng và để lại trước nhà bà ấy.

"Xin lỗi anh giao sữa tội nghiệp”, bà ấy viết câu hồi đáp vào mảnh giấy. "Mấy hôm nay tôi bận quá. Tôi hứa sẽ sửa cái thùng sữa đó."

Nhưng rốt cuộc, bà góa phụ vẫn không sửa.

Tức mình, anh giao sữa quyết định đến gặp trực tiếp bà chủ nhà sau khi xong việc. Khi bà ấy nhìn thấy cánh tay băng bó của anh cũng như nghe anh kể lại những gì đã xảy ra, bà xin lỗi rối rít, và hứa là sẽ sửa ngay cái thùng sữa trong ngày hôm đó.

Anh chàng giao sữa cảm ơn bà và rời khỏi ngôi nhà nhỏ xinh thơ

mộng.

Rạng sáng hôm sau, lại một tiếng "Á!" đau đớn vang lên vì anh giao sữa đinh ninh rằng bà chủ nhà đã sửa cái thùng nên chủ quan không dùng đèn pin.

Anh chạy vội về xe tải, vừa cầm máu vết thương vừa lầm bầmnguyền rủa chủ nhà. Anh băng bó vết thương mới trên ngón út của mình bằng một chiếc khăn tay, rồi vớ lấy mớ thùng cạc-tông trên sàn xe. Anh lấy ra một mảnh cạc-tông thật to rồi viết ra những con chữ thật lớn với những nội dung thật nặng nề trên đó để nhắc nhở bà chủ nhà.

Lúc đó trời đã sáng, anh ngắm nhìn ngôi nhà của bà ấy. Anh nhìn thấy những ngọn cỏ được cắt tỉa cẩn thận trong vườn nhà, những bụi cây được chăm sóc kỹ lưỡng và màu sơn nhà rất có gu thẩm mỹ. Anh nhớ lại khung cảnh nội thất vô cùng tính tế và tao nhã bên trong ngôi nhà. Những hình ảnh đó khiến anh vơi bớt sự bực dọc. Anh quyết định xé nát tờ cạc-tông đầy những lời lẽ nguyền rủa mình vừa ghi.

Thay vào đó, anh để lại một mẩu giấy trên thùng sữa trước ngôi nhà với nội dung như sau: "Gửi bà A.: Tôi là cái Thùng Sữa thân thương của bà. Làm ơn hãy chữa bệnh cho tôi, cắt bỏ cái gai kim loại nhọn hoắt trong người tôi. Mọi thứ khác trong ngôi nhà của bà đều đẹp đẽ và được chăm sóc cẩn thận Tử trong ra ngoài, chỉ có tôi là không. Làm ơn! (Ký tên) Thùng sữa của bà"

Bà góa phụ đọc mẩu giấy, tự trách mình đãng trí và cho sửa cái thùng sữa ngay lập tức!

Hai ngày sau, anh giao sữa thận trọng mở thùng sữa với chiếc đèn pin

sáng choang.

Một trong hai chai sữa rỗng trong thùng có đính một mẩu giấy. "Gửi Anh Giao Sữa. Cảm ơn anh đã nhắc nhở tôi. Thùng sữa đã chỉn chu và tôi hy vọng là anh thích màu sơn của nó. Tôi đã cố gắng hết sức để bỏ cái gai kim loại và làm cho thùng sữa trông đẹp nhất có thể. (Ký tên) Bà A."

Bí kíp để được mọi người yêu mến

Câu chuyện sau đây nói về một học viên cũ của tôi: một người cao ráo, mái tóc màu sẫm, khuôn mặt đẹp trai với đôi mắt nâu đen có chút gian xảo. Cậu ta đã từng là lính nhảy dù thời Đệ Nhị Thế Chiến.

Cậu ta tên Michael.

Trong buổi học nọ, tôi giảng giải về tầm quan trọng của việc xây dựng dấu ấn cá nhân nhằm tạo ra Trải Nghiệm Mới đối với mọi đối tượng giao tiếp. Sau buổi học đó, Michael quyết định đổi tên mình thành "Mike Tươi Cười."

Quả thật, "Mike Tươi Cười" sống đúng với cái tên mới của mình. Cậu ta kể rằng sự thay đổi này đã giúp cậu ta trầm tính hơn xưa và xây dựng được cho mình một phong thái tích cực hơn.

Cậu ta có gu thời trang khá táo bạo. Kể cả những khi Mike diện quần áo sặc sỡ quá mức chăng nữa, sự phô trương đó trông vẫn hợp lý và hòa quyện. Cậu ta rất tự hào vê ngoại hình, gu thẩm mỹ, khiếu hài hước và biệt tài kể chuyện của mình. Các bài tập và bài thuyết trình trước lớp của Mike luôn được đầu tư chuẩn bị rất kỹ lưỡng, công phu với ý tưởng luôn độc đáo và sáng tạo.

Các học viên khác rất quý mến Mike. Cậu ta để ý đến Từng sự thay

đổi dù là rất nhỏ ở mọi người, chẳng hạn như quần áo hay kiểu tóc…Cậu ta luôn khen thật lòng…Cậu ta chả chê bai ai…Cậu ta trân trọng Từng sự giúp đỡ dù là nhỏ nhất.

Mỗi khi phát biểu hay thuyết trình, Mike rèn luyện cho mình khả năng nhìn thẳng vào mắt của khán giả hay người đối diện; còn khi *người khác* thuyết trình hay nói chuyện, cậu ta luôn tươi cười và nhìn họ một cách chăm chú tột độ.

Mike Tươi Cười là một trong những học viên nổi tiếng nhất trong khóa học của tôi.

Vào một sáng Thứ Ba nọ, Mike kể tôi nghe rằng cậu ta thức dậy với một tinh thần sảng khoái "như đang ở trên chín tầng mây." Mặt trời chiếu rọi những tia nắng ấm áp ngoài cửa sổ. Hôm đó là ngày nghỉ, và cậu sẽ có một buổi hẹn hò ăn trưa với cô bạn gái Marie một cô người mẫu xinh đẹp mà Mike say đắm.

Cậu ta tắm rửa sạch sẽ, tận hưởng bữa sáng tuyệt ngon do mẹ mình chuẩn bị. Sau đó, cậu chuẩn bị quần áo cho cuộc hẹn hò.

Mike quyết định chọn một bộ vest tím thẫm với hoa văn chấm bi màu tím hoa sim mà cậu Từng chết mê chết mệt hồi nhìn thấy nó trong tủ kính cửa hiệu quần áo. Sau khi mặc cả bộ vào, cậu ta soi gương thật chăm chú và thắt một chiếc cà-vạt màu tím nhạt với họa tiết chữ X màu trắng. Cậu ta thắt đi thắt lại đến khi tạo ra được một nút thắt vói hình dáng hoàn hảo ngay cổ áo sao cho để lộ ra chiếc áo sơ-mi màu tím pastel bên trong một cách khéo léo.

Trước khi rời khỏi nhà, Mike không quên kiểm tra lại bản thân mình

với chiếc gương toàn thân. Cậu ta chải chuốt lại mọi thứ, sửa lại chiếc cà vạt với chữ X trắng và thưa mẹ trước khi đi.

Xuống dưới nhà, Mike mở hộp thư trước cửa. Trong đó, cậu nhìn thấy một phong bì trắng rất dày, với địa chỉ người nhận là nhà cậu ta được viết tay trên đó. Phong bì này không có tem mà cũng chẳng có địa chỉ người gửi.

Quá tò mò, Mike mờ phong bì ra và tìm thấy bốn tờ năm mươi đô- la gói trong một bao giấy được gấp nếp cẩn thận. Trên bao giấy có ghi:

Michael:

Tôi biết anh sẽ ngạc nhiên khi nhận được số tiền này, và anh có thể đoán được là món nợ này đã khiến tôi đau đáu suốt bao nhiêu năm qua. Anh là một người thật tử tế khi đã cho tôi mượn hai trăm đô-la sau khi tôi thua trắng sau chầu *cờ* bạc đó tại nhà Mickey hồi còn chiến tranh. Cảm ơn anh nhiều lắm. Thật tình xin lỗi vì sau ngần ấy năm tôi mới có thể trả tiền lại cho anh, vì khó khăn lắm tôi mới tìm thấy địa chỉ của anh. Nhờ vậy mà tôi đã trả được món nợ ân tình này với anh.

Anh chàng Mike Tươi Cười chớp mắt và mỉm cười khi nhớ lại người đồng đội cũ thời chiến mà mình đã cho mượn tiền.

Một sự vui sướng tột độ bao trùm xung quanh Mike!

Tiền Từ trên trời rơi xuống!

Hai trăm đô-la - *tất* cả là *của mình!*

Quả là một ngày tuyệt vời! Thiên hạ xem ra cũng dễ thương phết! *Wowie!*

Mike vừa đi xuống phố vừa huýt sáo vui tươi. Tay trái của anh liên tục mân mê hai trăm đô-la. Anh nở nụ cươi tỏa nắng làm sáng bừng mọi thứ xung quanh.

Fred, một anh bạn kiêm hàng xóm của Mike, đến gặp Mike với một giỏ rau xanh thật to. "Xin chào, Mike Tươi Cười", Fred mở lời.

"Chào Fred", Mike Tươi Cười cũng tươi cười đáp lại. "Hôm nay là một ngày đẹp trời, phải chứ?"

"Quả là một ngày tuyệt đẹp", Fred đáp lại một cách khiên cưỡng. Tôi ước gì mình có thể nói câu tương tự với bộ quần áo anh đang mặc. Tôi nhìn thấy anh từ xa. Lạy Chúa! Một cái cà vạt tím với một chữ X trắng to đùng!" Fred lắc đầu với vẻ xem thường. *"Anh nên xem lại conmắt thẩm mỹ của mình!"*

Mike Tươi Cười bỗng dưng không tươi cười nữa.

Anh ta *biến sắc ngay lập tức!*

Fred tiếp tục đi ngang qua Mike với cái đầu lắc và cái vẻ giễu cợt không thể chối cãi, còn Mike Tươi Cười lầm bầm *nguyền rủa* hắn ta.

Mike cạch mặt Fred kểTừ đó!

Anh ta thậm chí không còn đến mua ủng hộ siêu thị rau quả giá rẻ của Fred như trước nữa!

Một tình huống đơn giản vừa bóc trần cho chúng ta thấy cả mặt tốt lẫn góc khuất của Tử Huyệt Danh Tiếng.

Trong tất cả các loại người gắn liền với Từng tử huyệt, Người Vị Danh có thể xem là đối tượng nhạy cảm nhất, dễ bị kích động nhất và thậm chí

có thể ghi hận đến suốt đời!

Những khát khao về nỗi sợ liên quan đến Danh Tiếng là một phần quan trọng và tế nhị trong cảm xúc của mỗi con người, nên hãy thật thận trọng vớinhững phát ngôn hoặc hành động nhắm vào Danh Tiếng hoặc khiến người khác mất mặt. Những hành vi đụng chạm Tử Huyệt Danh Tiếng một cách tùy tiện chính là nguyên nhân của nhiều mâu thuẫn, bất đồng, căm ghét, hận thù, huynh đệ tương tàn và bạo lực.

Trong giao tiếp hàng ngày, việc đánh động vào Tử Huyệt Danh Tiếng của đối phương có thể khiến họ phải chú ý, lắng nghe, hoặc giúp bạn thâm nhập tâm trí của họ và khiến họ thay đổi quyết định. Tử huyệt này gắn liền với những quan điểm sống, thể diện cá nhân, sự kiêu hãnh, sự tôn trọng hoặc công nhận về mặt ngoại hình, quần áo, hành xử, phẩm hạnh, sự kiện, con người, sản phẩm hoặc tên tuổi công ty. Nó cũng gây ra những trạng thái cảm xúc như sự đơn độc, sự nổi tiếng cũng như bất kỳ điều gì liên quan đến câu hỏi "Người khác nghĩ gì về mình?" hoặc "Mình là người thế nào trong mắt họ?"

Khao khát được "nở mày nở mặt" với thiên hạ là một nhu cầu có thật của con người.

Đó là lý do vì sao quý bà độc thân 53 tuổi trong câu chuyện sau đã rất lo lắng đến sốt vó khi nhìn thấy bốn chai rượu whisky đã cạn trong thùng rác nhà mình.

“Cháu xấu hổ quá” chị ta nói với bà dì lớn tuổi của mình. “Cháu phải tống khứ bốn cái chai đó ngay lập tức. Mấy ông nhân viên đổ rác sẽ nghĩ sao về cháu nếu họ nhìn thấy bốn chai rượu hoành tráng trong thùng rác nhà cháu?"

"Đúng là kỳ thật!" bà dì đồng ý. "Vậy cháu đã làm gì với bốn chai rượu đó?"

*"Hàng*xóm của cháu là một cha xứ", cô cháu 53 tuổi đáp lại. "Cháu đã bỏ mấy chai rượu vào thùng rácnhà ông ta**.** *Mọi người đêu biết là ông ta không uống rượu!"*

Chính những khao khát về Danh Tiếng và nỗi sợ mất mặt là nguồn cơn của vô số sự hiểu lầm giữa con người với nhau chỉ vì chúng ta có xu hướng phán xét người khác qua ngoại hình hay những biểu hiện bên ngoài. Những lớp "vỏ bọc" này có thể là những sự chào hỏi hoặc tự tiếp thị bản thân quá lố, cường điệu, "chém gió", "nổ văng miếng", những cuộc phiêu lưu trong tưởng tượng và những mơ ước viển vông.

Một người đàn ông nọ đổ rượu rẻ tiền vào một chai whisky nom đắt tiền đã dùng hết chỉ để tiếp khách vì ông ta lo ngại người khác sẽ đánh giá mình qua hình thức chai rượu. "Kể cá khi luật pháp Hoa Kỳ nghiêm cấm mọi hành vi tái sử dụng những chai rượu, tôi vẫn sẽ làm thế!" - ông ta thản thiên nói. Hành vi trên có thể kỳ lạ với nhiều người, nhưng không lạ gì vói những Người Vị Danh.

Nhiều người sẵn sàng bỏ hàng đống tiền chăm chút mã ngoài hoặc "gắn mác" hàng hiệu chỉ để được nở mày nở mặt với thiên hạ.

Điển hình là, một người nọ đi mua quần áo giảm giá ở một cửa hiệu bình dân. Sau đó, họ tìm đâu đó những cái tem hoặc mác của những thương hiệu thời trang nổi tiếng rồi gắn lên quần áo của mình. Mỗi khi đi đâu hay gặp ai, người phụ nữ Vị Danh đó sẽ tranh thủ mọi cơ hội cho người khác được xem chiếc áo lông thú của mình với nhãn mác hàng hiệu, chỉ để gây ấn tượng thật hoành tráng với mọi người xung quanh.

Tương tự, một người đàn ông Vị Danh sẽ tìm mọi cơ hội được mớ áo veston của mình và khoe trước mọi người cái nhãn mác trứ danhđược thêu cẩn thận ở mặt trong chiếc áo.

Hàng triệu triệu người trên quả đất này đã và đang thể hiện những khao khát và nỗi sợ Danh Tiếng của mình bằng những cách thức cực đoan tương tự nhau. Có vấn đề gì *không ổn* với những người này chăng? Không đâu. Họ là những con người bình thường như bạn, gặp gỡ và làm việc cùng bạn. Họ là những con người đang sống với những nhu cầu và khát khao *rất tự nhiên!*

Nếu bạn muốn được họ yêu mến, hãy thể hiện ra rằng bạn THỰC SỰ ấn tượng và khắc cốt ghi tâm về những lời nói, hành động cũng như những tài sản của họ.

Đơn giản là vậy.

Một khi bạn khiến cho một Người Vị Danh cảm thấy bản thân họ "trở nên quan trọng", họ sẽ yêu mến bạn hơn; còn nếu bạn có những phát ngôn hoặc hành động mang tính chất "hạ thấp" danh dự của những người này... e hèm, tôi chúc bạn may mắn!

Những ngôn từ hoặc hành động đánhđộng Tử Huyệt Cảm Xúccủa con người vừa là công cụ lợi hại giúp bạn sớm thành đạt, cũng vừa là những quả bom nguyên tử tàn phá tan tành mọi thiện cảm bạn đã gây dựng trước đó. Chúng có thể làm cho con người trở nên thân thiện hoặc độc ác trong phút chốc hoặc đổi trắng thay đen chỉ trong nháy mắt!

Trong những cuộc cãi vã, đôi khi chúng ta "giận quá mất khôn" phát ngôn những câu nói xúc phạm như: "Mày điên rồi! Mày có biết mình đang

nói gì không hả?"

Hoặc, "Vớ vẩn. Thần kinh anh hẳn là có vấn đề!"

Hoặc *"Bồ* có não mà sao cư xử thiểu năng như thế?"

Não à? Chẳng phải chính chúng ta mới đang cư xử*thiếu não!* Những lời lẽ như thế chẳng mang lại lợi lộc gì mà còn gây hại. Chúng chẳng thể lay động đối phương mà còn khiến họ ghét hoặc căm phẫn chúng ta.

Chúng ta có đang biết sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc một cách đúng nơi đúng chỗ? Không hề. Những cuộc cãi vã kiểu đó chính là những sự vi phạm nghiêm trọng nguyên tắc thôi miên cảm xúc dựa trên Tử Huyệt Danh Tiếng.

Khi chúng ta cố gắng ám chỉ rằng mình thông minh, tỉnh táo hoặc biết nghĩ *hơn* đối phương, chúng ta đang tự mình đánh mất cơ hội thuyết phục hoặc lấy lòng họ.

Nguyên tắc Thôi Miên Cảm Xúc nói rằng, chúng ta phải dành toàn bộ sự quan tâm chú ý vào những nhu cầu và ước muốn của đối phương - chứ không phải của chúng ta – nếu muốn thuyết phục được họ!

Hãy sử dụng đôi tai của bạn. Rèn luyện cho mình kỹ năng lắng nghe người khác khi họ đang nói chuyện với bạn. Vì những lời nói và hành vi của họ sẽ tiết lộ cho bạn biết Tử Huyệt Cảm Xúc của họ nằm ở đâu.

Lắng nghe bằng mắt. Chỉ cần chăm chú lắng nghe đối phương bằng cả tai lẫn mắt hoặc thậm chí toàn bộ các giác quan của mình, bạn sẽ được họ yêu quý mà chẳng phải phí một lời!

Mức độ chăm chú của bạn được thể hiện qua đôi mắt và biểu cảm của bạn. Đối phương sẽ quan sát những thứấy của bạn khi họ trò chuyện với

bạn.

"Sự im lặng chăm chú" là một cách thức tương tác kỳ diệu và mạnh mẽ, giúp thiết lập ngay mối giao cảm giữa người nói và người nghe!

Đừng nhắc đến những sự lo lắng, những mối bận tâm công việc, chuyện con cái, những thất bại và mọi sự phàn nàn trong các giao tiếp giữa bạn với mọi người xung quanh. Nếu có ai hỏi bạn về những điều phiền muộn trên, hãy trả lời một cách vui vẻ, lịch sự và ngắn gọn.

Việc bạn thích kể lể về những thiếu sót, nỗi buồn, bất công hay những chuyện xui xẻo sẽ khiến cho người đối diện có ấn tượng tiêu cực về bạn. Bạn có thể có sở thích tự nói xấu bản thân, nhưng đó là những chủ đề quá riêng tư của bản thân bạn, nên sẽ khiến người đối diện cảm thấy phiền phức và không muốn tập trung vào bạn.

Khi đó, bạn đang chỉ nói về mình chứ không quan tâm đến nhu cầu của người nghe!

"Lẽ ra tôi không nên tham dự buổi tiệc này Harriet à", bạn tuyên bố vói gia chủ trước mặt hai vị khách khác. "Mũi tôi sụt sịt mấy hôm nay và tôi đã hắt hơi suốt cả ngày trời. Nhìn cái mụn nhọt xấu xí trên cằm tôi đây này.Lẽ ra tôi nên ở nhà đắp chăn ngủ mới phải”

Harriet và những vị khách khác sẽ phản ứng như thế nào trước một câu nói sốc như thế Tử bạn? Họ sẽ nghĩ: "Tôi cũng nghĩ anh nên ở nhà thì hơn. Tôi cũng có những rắc rối của riêng mình. Tôi không đến đây để nghe những rắc rối của anh!”

Bạn muốn được người khác yêu quý, thế thì hãy làm cho họ cảm thấy bản thân mình trở nên quan trọng *hơn,* chứ đừng lơ là hay hạ thấp họ.

Đối với một người nói, không một ai được phép quan trọng hơn người nghe hay khản giả của anh ta.

Khán giả và người nghe chính là *lý do* để chúng ta cất lời, độc giả chính là *mục tiêu* của nhà văn, khách hàng chính là *đối tượng nhắm đến* của nhà kinh doanh, và luật sư *đại diện cho tiếng lòng* của thân chủ. Dù là mối quan hệ nào đi chăng nữa, giao tiếp hiệu quả chính là yêu cầu tối thượng.

Chúng ta tìm đến luật sư chính là nhằm mục đích bảo về quyền lợi bản thân, bảo vệ tiền bạc, tài sản, hoặc sức khỏe của chúng ta và những người thân yêu. Với tư cách là nguyên đơn, chúng ta muốn mình đúng và phải làm sao để kiện cho được bị đơn. Với tư cách là bị đơn, chúng ta sợ hành động hoặc phát ngôn khinh suất; vì sự khinh suất sẽ khiến chúng ta thiệt hại về mặt sức khỏe, tiền bạc, quyền lợi, danh dự và uy tín.

Những luật sư thành công phải am hiểu Tử Huyệt Danh Tiếng của con người. Anh ta phải có khả năng quan sát tốt để hành động phù hợp theo những góc nhìn cảm xúc khác nhau của mỗi người, để Từ đó khiến cho chúng ta cảm thấy mình trở nên quan trọng. Khi đó, anh ta sẽ chiếm được lòng tin và sự hợp tác của chúng ta, trên cơ sở đó thực hiện tốt hơn những yêu cầu mà chúng ta đề ra.

Và chúng ta sẽ*thích*anh ta.

Chính thái độ lịch thiệp nhã nhặn, những lời nói và hành động mang tính Thôi Miên Cảm Xúc của luật sư đã làm cho chúng ta vui vẻ và hài lòng hơn. Rồi chúng ta sẽ hào hứng giới thiệu anh ta cho những người khác,*kể cả vụ kiện tụng có thành công hay không!*

Khả năng sử dụng mắt và tai một cách khéo léo để tạo nên hiệu hứng Thôi Miên Cảm Xúc về mặt Danh Tiếng sẽ giúp một luật sư hay một người bất kỳ được công chúng yêu mến và thành công trong *mọi* mối quan hệ.

Một anh chàng thợ sơn đăng ký tham gia khóa học nhảy nâng cao trong một trường múa danh tiếng. Hai bên đã ký hợp đồng dạy và học với nhau. Sau khi khóa học bắt đầu, anh ta nhận ra rằng mình không có đủ khả năng thanh toán mức học phí 3100$ mà nhà trường quy định. Thế là anh thợ sơn nhờ luật sư tư vấn. Ông luật sư nói rằng đó là một hợp đồng hợp pháp đã được hai bên tự nguyện ký kết, nên trường múa không làm điều gì sai trái *ở* đây cả. Với vẻ mặt buồn bã thất vọng, thợ sơn định đứng dậy ra về.

"Xin chờ tôi một chút", vị luật sư nói.

Ông ta nhanh chóng rà soát lại Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc và nhận ra rằng trường múa không quan tâm đến sức khỏe, an toàn thân thể hay ý tưởng sáng tạo của người học. Tiền Bạc là nguyên nhân chính khiến cho ngôi trường này muốn thực thi hợp đồng!

Sau khi dùng phép loại suy, vị luật sư nhận ra rằng Danh Tiếng chính là tử huyệt lớn nhất của anh thợ sơn - anh ta sợ mất mặt nếu không trả nổi tiền học phí đã lỡ đăng ký. Nên phương án ở đây là *phải làm sao cho trường múa này thấy rằng danh dự quan trọng hơn số tiền mà họ thu được Từ hợp đồng khóa học*.

Vị luật sư đề nghị anh thợ sơn tiếp tục tham dự hai buổi học nhảy kế tiếp với bộ trang phục xuềnh xoàng mà anh thường mặc trên người mỗi khi đi sơn phết!

Quả nhiên, ban giám hiệu nhà trường rất tức giận khi có một học viên ăn mặc lôi thôi lếch thếch làm xấu mặt cả ngôi trường vốn nổi tiếng dành cho tầng lớp quý tộc. Ông hiệu trưởng tức giận xé nát bản hợp đồng, giúp anh thợ sơn thoát nợ 3100$!

Danh Tiếng là tử huyệt cảm xúc thứ tư nhào nặn những phản ứng hàng ngày, thái độ sống, những ước mơ và sự thành đạt của con người. Mọi lời nói và hành động mà chúng ta thực hiện hằng ngày luôn có ít nhất một động cơ cảm xúc đứng sau chi phối. Do vậy, những hành động hay ngôn từ đụng chạm đến Danh tiếng của người khác có tác dụng kích thích những phản ứng khác nhau nơi họ, Tử sự yêu mến, đồng thuận, cho đến sự Tử chối hoặc căm ghét.

Tử Huyệt Danh Tiếng của một người được làm nên Tử những mối lo toan, quan điểm cố hữu và những cảm xúc ưa thích của họ, nên nó cũng đồng thời là công cụ quyền năng giúp chúng ta hoàn thiện được tính cách và nâng cao khả năng thuyết phục của mình. Nhưng nếu không được định hướng và vận dụng một cách đúng đắn, Tử Huyệt *Danh Tiếng* chính *là khơi* nguồn của nhiều sự mâu thuẫn xung đột, *những thay đổi đột ngột* và phiền muộn kéo dài.

Hãy kiểm soát Từng lời bạn nói, Từng điều bạn làm. Nếu không, những phát ngôn và hành động của bạn sẽ gây ra những hiệu ứng cảm xúc *không* mong muốn trong quá trình giao tiếp.

Hãy nhớ rằng đối tượng giao tiếp của bạn là một VIP - Người Đặc Biệt Quan Trọng**.**

Kể cả khi bạn muốn nhờ cậu bé 10 tuổi của gia đình hàng xóm thân thiết giúp bạn mang quần áo ra tiệm giặt ủi, bạn cũng phải tùy vào tâm

trạng *của cậu bé đó* và lựa *lúc thích hợp* để nhờ vả. Nếu không, em ấy sẽ chỉ đáp lại bạn một cách tỉnh bơ rằng, "Ái dà, sao dì không tự mình làm lấy nhỉ?"

Nếu tính cách của bạn không phù hợp hoặc hấp dẫn với mô thức cảm xúc của cậu bé, cậu ta sẽ Tử chối dù bạn có nài nỉ thế nào chăng nữa!

Một cách khác để trở thành bậc thầy Tử Huyệt Danh Tiếng nhằm được mọi người yêu mến chính là bỏ ngay những thói quen tiêu cực như xin lỗi quá mức cần thiết, thói đổ thừa và ngụy biện.

Người ta đã thống kê được rằng phần lớn những lời bao biện và lý do lý trấu của chúng ta đều là... nói xạo.

Trong nhiều trường hợp, chúng ta kiếm cớ hoặc bao biện vì sĩ diện hoặc "sợ quê" trước mặt người khác; nhưng thực chất; chúng ta đang sĩ diện với chính mình mà thôi.

Ngụy biện cũng là một thói quen cố hữu của những Người Vị Danh hoặc hám danh. Phần lớn những người bình thường sẽ chẳng bao biện hoặc đổ thừa cực đoan đến thế; trừ phi chứng cớ sai phạm của họ đã quá rành rành và không thể chối cãi. Một khi *có cơ hội*, những Người Vị Danh sẽ bao biện bằng được để né tội - và vì họ *thích* cái cảm giác trốn tránh được trách nhiệm và giành lại thế thượng phong!

Tùy thuộc vào mô thức cảm xúc của Từng người, mức độ bao biện cũng như trí tưởng tượng phong phú để kiếm cớ hoặc lý do lý trấu của chúng ta sẽ khác nhau. Và chung quy lại, đã là con người thì sẽ ít nhiều sở hữu Tử Huyệt Danh Tiếng. Mà đã có Tử Huyệt Danh Tiếng thì khó lòng sống mà không nói dối lần nào. Và đây cũng là lý do vì sao trên đời luôn

tồn tại những kẻ nói dối.

Ví dụ điển hình nhất là vào những mùa bóng đá, bóng chày hay các giải thi đấu thể thao hấp dẫn, những lời nói dối đầy rẫy khắp nơi.

"Em thực tình xin lỗi, thưa sếp!" Arthur than vãn. "Hôm nay em bị ù tai. Chắc em bị trúng gió rồi. Hôm nay em xin sếp cho em nghỉ sớm ạ!"

Sau khi xin nghỉ thành công, hàng nghìn những anh chàng "Arthur" vọt ra khỏi công ty để đến các sân vận động, trường đua hoặc chạy về nhà xem truyền hình trực tiếp các trận đấu!

Thật không may, mỗi chúng ta đều có khao khát "nở mày nở mặt" với thiên hạ, khao khát được mọi người công nhận và yêu mến. Những nhu cầu cảm xúc cháy bỏng đó khiến chúng ta "sáng tác" ra hàng hà sa số những lời nói dối, và chúng ta luôn sống trong nỗi sợ những *phản ứng ngược*.

Chúng ta nói dối để bảo vệ hình ảnh và danh dự của mình trước mặt người khác. Và những lời nói dối của chúng ta phụ thuộc vào cách chúng ta định nghĩa đúng và sai.

Nói dối và bao biện là những thành phần hiển nhiên trong những nỗi sợ và khao khát Danh Tiếng của chúng ta, còn nguyên tắc để vận dụng Tử Huyệt Danh Tiếng thành công và tích cực lại đòi hỏi chúng ta tập trung quan tâm đến đối phương trước khi nghĩ đến bản thân mình. Chỉ cần sự *chân thành* với mọi người và với bản thân mình, bạn giúp cho người khác cảm thấy tích cực hơn, và họ sẽ yêu mến bạn. *Một khi bạn được mọi người yêu mến, tiếng nói và hành động của bạn sẽ có trọng lượng hơn hẳn và hình ảnh của bạn trước công chúng sẽ được cải thiện đáng kể.*

Làm được như thế thì không chóng thì chầy, bạn sẽ trở thành một

chuyên gia thuyết phục đỉnh cao.

Sẽ có những lúc bạn mất bình tĩnh, bất ngờ líu lưỡi hoặc nói nhầm. Chúng ta bối rối nói lại trong khi khán giả cười cợt.

Ai bảo bạn phải luống cuống như gà mắc tóc đâu chứ? Hãy cười vui cùng khán giả nào! Bạn là người làm chủ tình huống, "quê độ" hay không ăn thua ở chính cách xử lý của bạn. Cách tốt nhất để giải quyết một tình huống khó xử chính là đối mặt với nó. Bạn hãy hành động một cách tự nhiên, tự nhiên như một con người bình thường - một thực thể không hoàn hảo mà thiếu sót là chuyện dễ hiểu. Hãy hành động như bản năng bạn mách bảo!

Tôi đã từng nghe kể về một cách xử lý tình huống rất đáng học hỏi.

Mặc dù chủ đề nói chuyện ngày hôm đó của vị diễn giả rất nghiêm túc, khán giả vẫn phá lên cười lúc ông sơ ý nói ngọng. Thay vì xin lỗi hoặc cắt ngang khán giả một cách yếu ớt gượng ép ông cũng cười theo họ. Cho đến khi khán giả cười xong, vị diễn giả mới kể một câu chuyện cười.

Có một phụ nữ đi mua thịt. Trong cửa hàng bán thịt cô ấy trỏ tay vào một miếng thịt trong tủ lạnh. "Bán tôi một cân thịt "NỢN"", cô ấy bảo người bán thịt.

"Gì cơ", người bán thịt ngập ngùng, "Ý cô là thịt LỢN phải không?"

"Sao nữa, tôi đã *"lói"* thế đấy", cô ta nói lớn. "Ý ông là tôi "LÓI NỘN" chứ gì?"

Khán giả cười ồ trước câu chuyện, và họ bắt đầu thích vị diễn giả hơn. Bạn thấy đấy,vị diễn giả đó đãxử lýtình huống khóxử một cách khéo léo, gián tiếp thừa nhận sơ sót mà chẳng cần một lời xin lỗi hay bao biện mà

khán giả vẫn hiểu và thông cảm, thậm chí còn yêu mến ông hơn.

Ông đã chọn giải pháp nhún nhường để làm cho khán giả cảm thấy mình được *trân trọng hơn.*

Một phản xạ rất tự nhiên, đúng chứ?

Nếu bạn có lỗi đến trễ một cuộc hẹn với lý do chính đáng, xin lỗi bằng câu sau sẽ hay hơn: “Tôi xin lỗi vì đã làm *bạn* phải chờ. Tôi thừa nhận mình đến trễ."

Thay đổi đề tài ngay lập tức ngay khi người nghe vừa hiểu chuyện.

Điều họ muốn thấy là *sự chân thành* của bạn!

Kể cả khi bạn đang *rất* nhức đầu, nhưng vẫn phải làm cho xong việc và phải tạo ấn tượng tốt với người khác, hãy cố gắng đừng thể hiện sự khó chịu và đừng nói gì đến cơn nhức đầu của bản thân. Người nghe của bạn, những khách hàng và đồng nghiệp của bạn *muốn* được quan tâm tôn trọng. Do vậy, hãy quan tâm đến họ trước!

Bạn chẳng được lợi lộc gì nếu cứ liên tục suy nghĩ vẩn vơ hoặc than vãn về những vấn đề cá nhân, bệnh tật hoặc nhược điểm của bản thân!

Nếu bạn cứ suốt ngày kêu ca về mái tóc dễ bù xù, đôi giày chưa được trà rửa, cái mũi sụt sịt hoặc ngoại hình không hoàn hảo của bản thân, người nghe hoặc khán giả của bạn sẽ cỏ cảm giác bị bỏ rơi

Hãy tống khứ mọi lý do lý trấu và những lời xin lỗi không cần thiết!

Hãy nhớ, mỗi con người đều có những vấn đề và rắc rối của riêng mình chứ không riêng gì bạn!

Nếu cô con gái Mathilda 8 tuổi có mắc lỗi trong khi đang đàn một bài

hát dành tặng cho dì Ophelia trên chiếc piano, bạn đừng nên xin lỗi rằng: "Mathilda mới học đàn có ba năm thôi, mong dì thông cảm!" Đừng nói thế!

Dì Ophelia chẳng cần bạn bào chữa cho cô bé. Dì ấy không chấp mà cũng chẳng quan tâm đâu, và dì đã lắng nghe giai điệu của Mathilda một cách chăm chú Từ đầu đến cuối. Đừng nói gì cả, để sai lầm nhỏ của Mathilda không bị trầm trọng hóa!

Những động tác sinh hoạt hàng ngày của bạn như nuốt nước bọt, mở nút cổ áo, soi gương và chỉnh lại trang phục là những hành động riêng tư rất cá nhân của bạn. Nhưng nếu bạn có một đối tượng hay một nhóm khán giả nhìn bạn, chúng sẽ *không còn* riêng tư nữa.

Khi đó những hành động này sẽ dễ bị người ngoài đánh đồng là biểu hiện của sự hồi hộp, thiếu tự tin hoặc sợ mắc lỗi. Chúng tạo nên ấn tượng xấu về hình ảnh cá nhân của bạn.

Tại sao lại phải căng thẳng, kể cả khi mình có quá béo, quá gầy, quá cao hoặc quá lùn đi chăng nữa?

Nếu bạn có nhược điểm, việc rối rít xin lỗi hoặc liên tục bào chữa cho nó chỉ càng khiến cho nhược điểm của bạn được khắc sâu trong tâm trí người nghe và khán giả. Những khi bạn cần phải gây sự chú ý với đám đông, hãy tập trung vào những *yếu* điểm của mình, những nhân tố gây chú ý và có tác dụng Thôi Miên Cảm Xúc!

Làm cho người nghe hoặc khán giả - chứ không phải là bạn – trở nên thật quan trọng!

Bạn vừa cười vừa kể một câu chuyện cười để khán giả hào hứng theo, nhưng không may là họ chẳng cười mà vẫn cứ nhìn bạn đăm đăm như thể

không hiểu bạn nói gì. Thế là bạn bối rối làm lại.

"Thử tưởng tượng xem, một con khỉ có *ba* cái đầu thì quả là lạ lùng, đúng chứ?... Kết cuộc là, mỗi khi cần gãi đầu chú khỉ đó chẳng biết nên gãi cái đầu nào!"

Thay vì hào hứng, khán giả tiếp tục thở dài, còn bạn thì thấy lạnh người như thể đóng băng. Câu chuyện cười trở nên vô duyên nhạt nhẽo và bạn cảm thấy thật tệ.

Bạn vừa tự đưa mình vào tình huống khó xử vì đã không tuân thủ một nguyên tắc quan trọng của Danh Tiếng. Nếu câu chuyện cười của bạn không làm cho khán giả cười như bạn mong muốn, thế thì cần gì giải thích?

Một khi bạn cố dây dưa giải thích, khán giả sẽ cho rằng bạn đang đánh giá thấp họ, rằng họ kém trình độ quá nên không hiểu những gì bạn nói. Và khi họ có suy nghĩ đó, họ sẽ khó lòng nghĩ tốt về bạn!

Khán giả muốn bạn nhìn nhận họ như những người có trình độ!

Chẳng ai vui vẻ khi bị đánh giá thấp cả!

Còn nếu bạn đã lỡ phạm sai lầm hãy dùng chính quyền năng của Tử Huyệt Danh Tiếng để sửa chữa. Hãy*nói* với họ rằng họ thật thôngminh, và chính bạn mới là người chưa đủ trình độ so với *họ*.

Họ sẽ hài lòng với bạn hơn và cảm ơn vì lời khen, còn cảm giác tiêu cực trước đó của bạn sẽ *biến mất* sau đó!

Đừng cố gắng giành hết sự chú ý về phía mình. Làm như thế đồng nghĩa với việc bạn đang đánh giá thấp khán giả!

Hãy thể hiện những lời nói và hành động có tác dụng giúp cho đám đông cảm thấy tuyệt vời về *bản thân họ* thay vì bạn!

Ở thành phố Providence thủ phủ Đảo Rhode sau nội chiến, một chính trị gia đã làm được điều trên chỉ với vài Tử và nhờ đó thắng cử.

Hai chính trị gia Đảo Rhode nọ tranh nhau chiếc ghế vào Hạ viện Hoa Kỳ. Một trong hai người Từng là tướng lĩnh cấp cao trong cuộc nội chiến, còn người còn lại là chỉ là binh nhì.

Một ngày trước thời điểm bầu cử, mỗi vị tổ chức nhiều chiến dịch kêu gọi phiếu bầu quyết liệt cho riêng mình để giành lấy chiến thắng.

Vị chính trị gia Từng là tướng lĩnh có phong thái hùng hổ và ăn to nói lớn. "Tất cả quý vị đều biết rằng tôi đã từng là một tướng lĩnh với nhiều trách nhiệm to lớn. Làm sao đối thủ nặng ký của tôi có thể gánh vác trọng trách này, đại diện cho toàn thể quý vị ở Quốc Hội khi *anh ta*không có kinh nghiệm lãnh đạo? Hãy bầu cho tôi - vị tướng lĩnh dày dạn kinh nghiệm!"

Đám đông quần chúng vỗ tay tán thưởng và ông ta ngồi xuống.

Người ứng viên "binh nhì" đứng lên một cách nhã nhặn. Liệu anh ta có thể đối đáp lại với phát ngôn đầy tự tin của vị tướng già?

“Ông ấy nói đúng”, anh ta bắt đầu phần phát biểu của mình. "Trong cuộc chiến, ông ấy là tướng, còn tôi chỉ là lính. Ngày mai là Ngày Bầu Cử, và các anh chị được trao quyền chọn lựa." Người ứng viên này giơ tay cao và cất cao giọng một cách kịch tính.“ Những ai trong số các bạn đã từng là tướng lĩnh, hãy bầu chọn cho ông ấy; còn những ai đã từng là những người lính chiến đấu dũng cảm, hãy bầu chọn cho tôi!"

Tử "lính" cũng như lời nói đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của người

cựu binh nhì đã giúp anh ta giành chiến thắng với số phiếu áp đảo.

Oliver Wendell Holmes Từng liệt kê ra tất cả những loại người mà ông ta ghét: "Những người tự cho là mình biết tuốt; những tay thùng rỗng kêu to; những kẻ không ngừng than phiền về bệnh tật bản thân; những gã cư xử như thể mọi con người chung quanh hắn đều là sâu mọt; và những tên nóng nảy." Có thể bạn sẽ muốn thêm vào đó vài loại người nữa, đặc biệt khi có liên quan đến những người bạn quen.

Bác sĩ Holmes đặc biệt ghét những kẻ tự cho bản thân mình quan trọng hơn những người khác!

Giờ thì bạn có thể có *thêm*một bí mật thiên cơ bất khả lộ rồi đấy

Lý do vì sao mọi người xung quanh thích bạn là vì họ cảm thấy bản thân mình quan trọng mỗi khi đi bên bạn! Vì bạn quan tâm đến họ... những khó khăn *của họ*... con cái *họ*... những thành công *của họ*.

Bạn thể hiện sự quan tâm bằng những *lời nói*của mình... *sự chân thành*của mình... hành động cụ thể của mình, và *cách bạn lắng nghe* họ với đầy sự chăm chú. Bạn biến bản thân mình trở thành một phần cảmxúc của những người bạn giao tiếp.

Sự trân trọng những cảm nhận và cảm xúc của người khác sẽ giúp bạn được họ yêu mến và công nhận để tạo dựng Danh Tiếng cho bản thân.

Đó chính là cách chắc chắn nhất giúp bạn được cả thế giới yêu mến!

Sức mạnh của Lời khen

Một anh chàng 29 tuổi hóm hỉnh đi phỏng vấn xin việc ở một công ty sản xuất nọ. Người phỏng vấn là một phụ nữ tầm ba mươi, dáng vẻ đạo mạo với trang phục công sở chỉn chu. Bà ấy có chiếc cằm nhô và có một ít

ria mép.

"Đầu tiên, tôi muốn biết", bà ta hỏi - "Anh bao nhiêu tuổi rồi?"

"Bên những chiếc cổng vòm sụp đổ và những ảo tưởng điêu tàn", anh ta nở nụ cười đáp lại một cách văn chương hoa mỹ. "Em bằng tuổi chị!"

Nhà tuyển dụng phá lên cười. "Ý anh là anh *cùng* số tuổi như tôi?"

Anh ta gật đầu. "Cỡ cỡ đó."

Bà ta hỏi tiếp một cách khoan thai: "Tôi bao nhiêu tuổi?"

Anh ta tỏ vẻ lúng túng.

"Thôi nào", nhà tuyển dụng hối thúc. "Sao giờ anh ngập ngừng vậy?"

"Em đang bối rối", anh ta nói một cách thận trọng, "vì em không biết là mình nên trả lời là chị trẻ hơn mười tuổi so với thực tế *bởi khuôn mặt xinh đẹp của chị*, hay trả lời là chị già hơn mười tuổi bởi sự thông minh của chị!"

Vị nữ giám đốc nhân sự bỗng chốc đỏ mặt và đổi đề tài. Cuộc phỏng vấn kết thúc chỉ sau đó vài phút.

Lời khen ngợi mọi người một cách thật lòng. Hãy cho đi lời khen một cách hào phóng, đồng thời khen sao cho phù hợp với Từng người hoặc Từng hoàn cảnh cụ thể khác nhau.

Quý bà Pompadour Từng nói rằng, "Tước hết toàn bộ gương soi của một phụ nữ, những ánh nhìn của đàn ông sẽ nói rằng cô ấy xinh đẹp thế nào. Tước hết mọi ánh nhìn của đàn ông và của cả phụ nữ dành cho cô ta, thì những đứa trẻ sẽ nói cho cô ấy biết cô ấy xinh đẹp ra sao. Phụ nữ xinh đẹp và phụ nữ không xinh đẹp khác biệt nhau đến nỗi, cả thế giới xung

quanh họ cũng khác biệt theo!"

Trong câu chuyện kể trên, vị nữ giám đốc nhân sự nọ *không hề x*inh đẹp, và bà ta biết điều đó. Đối với bà ta, lời khen giả tạo của anh chàng ứng viên nọ vừa mang tính xúc phạm, vừa đánh trúng vào bộ phận khiến bà ta nhạy cảm nhất khuôn mặt!

Lời khen là thứ ngôn ngữ đề cao Danh Tiếng con người và có tính chất toàn cầu. Tuy nhiên nó cần phải được sử dụng đúng nơi đứng chỗ, vì phản ứng cá nhân của mỗi người với lời khen không giống nhau.

Lời khen là cách đơn giản để tạo bầu không khí vui vẻ và gắn kết mọi người với nhau, và chẳng ai thích bị chỉ trích hay chê bai.

Lý do vì sao người này chẳng bao giờ nói chuyện với người kia đơn giản là vì họ chẳng biết nói gì.

Nhiều người trong chúng ta *thích* soi mói lỗi lầm hay khuyết điểm của nhau. Chúng ta chẳng mấy khi nhận thức được rằng hành động đó đồng nghĩa với việc tự đề cao bản thân và hạ thấp người khác. Nếu một người cứ chăm chăm tìm lỗi, kiếm cớ chỉ trích hay chê bai người khác, đó chẳng qua là một biểu hiện của sự thiếu tự tin.

Khi chúng ta thực hiện một công việc, làm một bài tập hay tiến hành một dự án quan trọng nào đó, chúng ta luôn mong muốn nó sẽ được mọi người công nhận.

Khi chúng ta chuẩn bị một bữa ăn, nấu đi nấu lại cho đến khi món ăn thật ngon, đầu tư biết bao nhiêu tâm sức vào đó và trình bày món ăn bằng tất cả nhiệt huyết và trái tim, hẳn là chúng ta mong muốn được khen ngợi. Nếu không, chúng ta sẽ cảm thấy thất vọng hoặc bị tổn thương. Khao khát

được công nhận của chúng ta bị hờ hững một cách nhẫn tâm.

Trong nhiều trường hợp, sự khác biệt duy nhất giữa người tốt và người không tốt chỉ là một lời khen chân thành!

Chúng ta cảm thấy mình được đối xử không công bằng, thế là phát sinh cãi vã hay ẩu đả để "chỉnh" lại cho "đúng". Hoặc chúng ta sẽ ghi hận để đợi ngày báo thù.

Kể cả khi bạn bị đối xử không công bằng nhưng bạn vẫn tỏ ra bình thản, đó có thể là vì chung quanh bạn còn có những người khác, và bạn phải che giấu sự tức giận để giữ thể diện cho bản thân – cũng là một biểu hiện của Tử Huyệt Danh Tiếng.

Khi những ngôn từ hay hành động của chúng ta đụng chạm đến từ Huyệt Danh Tiếng của người khác theo cách tiêu cực, chúng thừa sức gây nên những xung đột nghiêm trọng. Đó có thể là những cơn giận dữ thái độ chống đối cực đoan, sự căm ghét và bạo lực.

Vợ chồng đụng chạm Tử Huyệt Danh Tiếng của nhau có thể gây "chiến tranh lạnh", dẹp bỏ mọi cử chỉ yêu thương gắn kết!

Một cô vợ nọ đã nuôi lòng căm ghét bà chị dâu suốt nhiều năm trời chỉ vì một lần cô vô tình nghe chị dâu ngồi lê đôi mách với hàng xóm rằng: *"Chẳng hiểu sao mà thằng em mình có thể chịu đựng được tính khí nắng mưa thất thường của con vợ nó !"*

Một người đàn ông Tử mặt anh trai mình chỉ vì một câu lỡ lời vô tình của người anh: *"Anh ghét mỗi buổi sáng thức dậy chỉ để thấy cái bản mặt vợ chú nhìn anh trên giường!"*

Emerson Từng nói rằng: "Đôi khi ta chỉ cần thốt ra hai hoặc ba chữ là

đủ để đánh sập lòng kiêu hãnh của một người bất kể lòng kiêu hãnh đó cao ngất trời đấn đâu."

Quá nhiều lần trong đời, chúng ta thấy Tử Huyệt Danh Tiếng mong manh của mình bị khuấy động bởi những hành động hay ngôn từ sắc lẻm đó.

Nhớ lại xem bạn đã từng chứng kiến bao nhiêu lần trong đời mình những tình huống con người chịu sự chi phối của Tử Huyệt Danh Tiếng: một bà vợ muốn mua bằng được một bộ đầm màu tím kết hợp xanh lá cây đắt tiền chỉ để được chồng khen; một ông chồng quyết định mua một chiếc áo khoác xám đen với thiết kế ô cờ mà vợ mình chấm; một cô gái trẻ sắm một chiếc nón vuông độc đáo chỉ để khoe với bạn trai.

Tưởng tượng tiếp nào, ông chồng nọ sẽ bình phẩm chiếc đầm xanh lá cây và tím mà vợ đang mặc thử như thế nào khi chưa thấy giá! Tưởng tượng nụ cười của bà vợ trong hoạt cảnh thứ hai khi ông chồng hỏi rằng bà ấy có ưng ý với chiếc áo khoác ô cờ hay không! Rồi hình dung cảnh cô gái trẻ kia giận dữ như thế nào khi gặp bạn trai hôm Chủ nhật vừa qua, chỉ vì anh ta mải hí hoáy với vết bẩn trên áo mà không để ý thấy chiếc mũ mới mua của cô. Khi cô ta hỏi anh rằng anh có thích chiếc mũ đó không, anh ta đã nói gì?

"Một cái mũ vuông à? Cưng ơi, nó thích hợp với một con la với cái đầu vuông vức chứ không phải em!"

Cô ấy sẽ phản ứng ra sao, tôi để bạn tự tưởng tượng vậy.

Bạn sẽ cảm thấy thế nào nếu trong một ngày đẹp trời nọ, bạn mời cô bạn Anna đến chơi nhà, chỉ để cô ấy nhìn thấy *bạn ngã* chỏng vó trong lúc

đang thay mấy cái màn cửa màu xanh lam kèm nâu hạt dẻ?

Liệu bạn có quên được cảnh tượng ấy, trong khi bạn *đang nằm* sõng soài trên nền đất thì cô nàng Anna chỉchăm chăm nhìn *cái màn* cửa và nhăn mặt bình phẩm: *"Mình nghĩ là chúng trông không tệ, nhưng thực tình là cái màu xanh trơn này phù hợp để làm màu thảm lót sàn hay màu tường hơn là trên màn cửa!"*

Và kể Từ đó, bạn không còn muốn mời Anna ghé nhà chơi nữa, đúng chứ?

Khi một anh bạn của bạn chọn mua quần áo mới, kiểu tóc mới, lựa chọn mẫu nhà hay thậm chí là chọn vợ, việc đó hẳn là cần đến tiêu chuẩn cá nhân và tốn nhiều thời gian công sức của anh ta. Cậu ta có nhiều cảm nhận riêng và muốn chúng được công nhận.

Khi đó, bạn hãy thể hiện sự ủng hộ với những lựa chọn của bạn mình bằng một lời khen chân thành! Hãy nhờ anh ta tư vấn ý kiến cho một vài vấn đề cá nhân *của bạn!*

Khả năng khen ngợi của bạn có thể khiến người khác *khao khát bạn... yêu quý bạn... bảo vệ* bạn... và Iuôn đồng tình với bạn.

Con người luôn *cần* được công nhận hoặc trân trọng mỗi khi họ làm được một điều gì đó. Họ muốn được người khác đánh giá cao về mặt ngoại hình, thái độ và thành tựu.

Vì mỗi người chúng ta có mô thức cảm xúc cá nhân khác nhau, nên sự công nhận phù hợp với mỗi chúng ta cũng khác nhau, chẳng hạn như "Cảm ơn! Đó quả là một ý kiến tuyệt vời đó Frank!", hoặc "Tôi phải khen ngợi năng lực của cô Cynthia à. Đây quả là một bản báo cáo hoàn hảo!" hoặc

đôi khi chỉ đơn giản là "Anh yêu em!"

Ngoài sự trân trọng trong những mối quan hệ cá nhân, những lời khen ngợi trước sự có mặt của đám đông có tác dụng Thôi Miên Cảm Xúc còn lớn hơn như thế

Để đạt được những sự công nhận hoặc hồi đáp thực sự Tử người khác, sự kiên trì bền bỉ là một phẩm chất cần thiết. Nếu chúng ta hay làng nhàng, nửa vời hoặc dễ buông xuôi trong mọi thứ, Tử tình bạn, tình yêu, gia đình, hôn nhân cho đến công việc hay kinh doanh, chúng ta sẽ chẳng bao giờ có được sự công nhận đích thực. Chỉ khi chúng ta nỗ lực hết mình cùng với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc được sử dụng đúng đắn, chúng ta mới có thể đạt được thành công, Danh Tiếng cũng như những sự công nhận mà mình hằng mơ ước!

"Sự kiên trì bền bỉ là một phẩm chất không thể thay thế được" - Calvin Coolidge Từng viết. "Năng lực không thể thay thế được sự kiên trì bền bỉ, vì quả đất này vốn đã đầy rẫy những người có năng lực mà vẫn không thành công. Tài năng thiên bẩm cũng không, vì có tài năng mà không chịu cố gắng thì cũng vô dụng. Giáo dục cũng không, vì thế giới này vốn đã thừa thãi những giáo trình dạy học không có giá trị thực tế. Chính sự quyết tâm và tính kiên trì bền bỉ mới là quyền năng vô hạn của chúng ta!"

"Ngày hôm nay", Christopher Columbus chấp bút khi đang ngồi trên một chiếc thuyền tồi tàn có thể bị sóng đánh vỡ bất kỳ lúc nào đang tiến về phía đại dương vô định, "mặc cho bao mối hiểm nguy bủa vây, chúng tôi vẫn tiếp tục tiến về phía Tây vì đó là nhiệm vụ của chúng tôi."

Để nhanh chóng được người khác công nhận, bạn hãy xác định đúng Tử Huyệt Cảm Xúc thuộc Bộ Tứ của họ và vận dụng những lời khen phù

hợp để đạt được mục đích.

Nhưng điều quan trọng nhất là hãy khen chân thành.

Sau đây là một câu chuyện về vị luật sư nổi tiếng Clarence Darrow. Ông Từng tâm sự với một người bạn rằng ông muốn thi thể của mình sẽ được hỏa táng khi ông qua đời, và ông muốn phần tro cốt của mình được rải khắp ngọn đồi nhìn xuống công viên Jackson ở Chicago.

"Nếu điều đó xảy ra", người bạn thở dài, *"mỗi ngày sẽ có một ông già lang thang suốt ngày ở công viên]ackson chỉ để xin được tư vấn pháp luật!"*

Tôi đoán Clarence Darrow hẳn là sẽ cảm thấyrất vui và tự hào khi nghe điều đó. Đó là một lời khen vừa thâm thúy lại vừa chân thành.

Mọi con người đều khao khát được người khác khen ngợi. Một khi tử huyệt đó được đánh động một cách tích cực, cả bạn và người nghe đều vui.

L., một học viên của tôi, làm nghề nhân viên bán hàng với tính chất công việc di chuyển nhiều. Với những tiệm hớt tóc đã từng cắt tóc cho L., *họ* biết chắc rằng anh chỉ đến khi cần và sẽ không trở lại lần hai hay trở thành khách quen của tiệm. Nên mỗi khi phục vụ L., họ chỉ làm qua loa cho xong việc.

Là một anh chàng gọn gàng và chỉnh tề, vấn đề lớn nhất L. quan tâm là, *"Làm thế nào để có một mái đầu ưng ý Từ một thợ cắt tóc lạ?"* sau khi anh đã quá ngán ngẩm với chất lượng phục vụ của những tiệm hớt tóc Từng cắt tóc cho mình.

Cuối cùng, anh đã nhận ra là chỉ cần tác động vào Tử Huyệt Danh Tiếng của các chủ hiệu tóc bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, anh sẽ có kiểu

tóc *đúng* như mong muốn!

Trước khi ngồi vào ghế để được hớt tóc, anh luôn mỉm cười và cúi đầu chào thợ. Để đáp lại, người thợ hớt tóc cũng vui vẻ mỉm cười và cúi đầu chào anh.

Trong khi người thợ đang cắt tóc cho anh, L. sẽ nhận xét rằng: "Anh quả là có đôi tay nhanh thoăn thoắt. Sao anh đang cắt tóc cho tôi mà tôi cảm thấy nhẹ như không, rất thoải mái và linh hoạt!"

Lời khen đó khiến người thợ cảm thấy tự hào, và thế là người đó có quyết tâm *vượt lên chính mình* để làm việc tốt hơn, để vị khách tử tế kia có một kiểu tóc tuyệt vời xứng đáng với lời khen. L. kể tôi nghe rằng mỗi khi anh khen ngợi thợ hớt tóc, những người thợ đó sẵn sàng dành thời gian chăm chút cho mái đầu của anh đến nỗi bỏ mặc những khách quen khác ngồi chờ dài cổ luôn!

Nếu bạn muốn có một kiểu tóc ưng ý mỗi khi vào tiệm, hãy vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc đối với người thợ hớt tóc bất kể bạn có quen họ từ trước hay không!

Một lời khen sớm dành cho một người trước khi họ hoàn thành công việc sẽ khiến họ có quyết tâm *chứng minh* là mình xứng đáng với lời khen đó.

Trong những trường hợp bạn buộc lòng phải phê bình một ai đó, hãy học cách phê bình khéo léo kèm với ít nhất một lời khen hoặc nhận xét *tích cực* thật lòng. Làm được như thế, bạn vẫn có thể góp ý thẳng thắn với người khác mà vẫn được yêu mến và không bị ghét.

Nếu cô nhân viên Betty của bạn đi họp trễ, một câu phê bình như "Cô

có bị gì không mà đi trễ hoài vậy?" vừa phản đắc nhân tâm lại vừa thể hiện một thành kiến tiêu cực với người đối diện. Thay vào đó, bạn có thể nói: *"Chúng tôi cần cô Betty. Sao cô luôn đi trễ vậy?"*

Hãy tìm ra một điểm tích cực *trước khi* đi vào mổ xẻ vấn đề tiêu cực. Bạn chẳng được lợi lộc gì khi dựng một bức tường chia cắt bản thân mình với người nghe bằng những Tử ngữ thiếu kiềm chế. Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn dễ dàng xây dựng những *chiếc cầu* kết nối bản thân mình với bất kỳ ai!

Trong quá trình luyện tập kỹ năng khen ngợi người khác cũng như trui rèn thái độ biết trân trọng công sức của mọi người, bạn sẽ nhận ra rằng việc nói ra những lời *tử tế* thực sự không dễ, thậm chí khó hơn nhiều so với việc soi mói tìm lỗi để chê bai. Để làm một người tử tế thực sự, bạn cần cải thiện và nâng cao khả năng sử dụng ngôn từ và hành động lồng ghép với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc một cách *đúng đắn*.

Và bạn sẽ nhận ra rằng, dù bạn có hào phóng đến đâu chăng nữa, những lời khen tặng không bao giờ là đủ. Ngoài những mối quan hệ thân thiết và dài lâu, chẳng có mấy người tương tác với bạn đủ lâu để có thể nghe *hết* những lời khen mà họ xứng đáng được nghe Tử bạn.

Và bạn cũng vậy. Bạn cũng sẽ chẳng quen biết nhiều người đủ lâu để được nghe hết những lời khen mà họ muốn dành cho mình.

Do vậy, hãy nghe lời khuyên của nhà thơ Berton Braley: "Nếu bạn thấy rằng ai đó xứng đáng được khen ngợi, hãy khen họ NGAY BÂY GIỜ... vì họ sẽ không thể nghe lời khen đó hoặc đọc những gì bạn viết trên mộ của họ khi họ qua đời!"

Hãy biến Sức Mạnh của Lời Khen thành một phần không thể thiếu trong kỹ năng giao tiếp của bạn - quyền năng thúc đẩy và xui khiến người khác lắng nghe và làm điều *bạn* muốn. Và hãy nói ra những lời khen một cách chân thành với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!

Chèo lái Tử Huyệt Danh Tiếng của bản thân để Thành Đạt trong cuộc sống

Trong suốt nhiều năm nghiên cứu và giảng dạy Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, tôi vô cùng ấn tượng và hài lòng trước những thành quả mà các học viên của tôi đã lĩnh hội và đạt *được*, khi họ đã biết ứng dụng kỹ thuật này để hiểu bản thân mình hơn, để giao tiếp thành công hơn và để thành đạt hơn trong cuộc sống.

Chín mươi chín phần trăm các tương tác hằng ngày giữa con người với con người *khôngthực sự* có sự giao tiếp giữa hai bên như chúng ta thường tưởng. Những người đó chỉ đang cố gắng ra vẻ cho giống giao tiếp chứ đó không phải là giao tiếp. Và sự khác biệt giữa *giao tiếp thực sự* và *cố gắng giao tiếp* là một trời một vực!

Điểm khác biệt nằm ở sự thiết lập mối giao cảm giữa hai bên. Khi và chỉ khi Tử Huyệt Cảm Xúc của mỗi bên được tác động một cách đúng đắn, quá trình *trao đổi thông tin* giữa hai bộ não *mới thực sự diễn ra!* Nếu thiếu đi sự giao cảm hoặc mối giao cảm được thiết lập không đúng chỗ, sẽ chẳng ai thực sự tập trung nghe những gì người kia nói.

Bước quan trọng đầu tiên quyết định một cuộc giao tiếp thành công chính là làm sao xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của đối phương trong Bộ Tứ Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng. Khi đã xác định được tử huyệt chủ đạo, việc dùng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để

thâm nhập tâm trí của đối phương và thuyết phục họ làm điều bạn muốn sẽ trở nên dễ dàng hơn rất nhiều.

Vậy, làm thế nào để xác định đúng Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của một người? Đầu tiên, bạn cần phải nắm được định nghĩa và biểu hiện của Từng loại tử huyệt trong Bộ Tứ. Kế đến, bạn lắng nghe và quan sát những lời nói, cử chỉ và hành động của đối phương để xem chúng thuộc nhóm nào trong Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng.

Tất cả chúng ta đều có *đủ hết* những cung bậc của cả bốn nhóm tử huyệt cảm xúc này, và chúng ta luôn biểuhiệnchúng trong quátrình giao tiếp dù là ngẫu nhiên hay hữu ý. Một khi bạn ứng dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ dễ dàng nắm bắt được mô thức cảm xúc của đối phương.

Kể cả trong những tình huống giao tiếp gay go hoặc khó khăn nhất, Thuật Thôi Miên Cảm Xúc vẫn luôn là chiếc chìa khóa giúp bạn thành công!

Cậu học viên Ralph của tôi có một người bạn thân tên Tom, một anh chàng nghiện rượu.

Tom làm nghề kế toán. Anh đã thử biết bao nhiêu liệu pháp điều trị chứng nghiện rượu, Tử những lời mách bảo của bạn bè người thân cho đến lời khuyên của bác sĩ và chuyên gia, nhưng vẫn không hiệu quả.

Ralph và cô vợ June muốn giúp Tom chữa dứt chứng nghiện nguy hại này. Họ đến gặp các bác sĩ cùng Tom và nhận thấy rằng không một bác sĩ nào quan tâm đến *cảm nhận* của anh cũng như những lý do *thẳm sâu bên trong* khiến anh nghiện rượu. Nhìn chung, họ chỉ khuyên cho có. Cụ thể, họ không hề giap tiếp với Tom trên cơ sở những cảm nhận và nhu cầu cảm

xúc riêng của bản thân anh.

Để khám phá ra Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của Tom, Ralph cố gắng hồi tưởng lại những kỷ niệm giữa hai người Tử thời cởi truồng tắmmưa. Anh cũng *cố* gắngnhớ lại những ký ức vềTom thời chiến tranhcũng như những lần gặp nhau gần đây nhất và viết thành một danh sách.

Anh biết rõ Tom là người có cái tôi cực lớn.

Suốt Tử nhỏ đến lớn, Tom sẵn sàng gây sự với bất kỳ ai dám động chạm đến cái tôi của cậu. Ngay từ thời thiếu niên, Tom đã thể hiện sự bực tức và ghen tuông cực đoan với những đứa con trai nào dám bén mảng đến gần những cô bạn gái của anh.

Khi lựa chọn bạn gái, tiêu chí số một của Tom luôn là ngoại hình xinh đẹp, anh luôn muốn người khác nhìn thấy anh sánh đôi cùng một cô chân dài quyến rũ và muốn cho cả thế giới này biết rằng cô nàng ấy là *của anh.* Mỗi khi chọn mua vật dụng, anh sẵn sàng bỏ nhiều tiền mua những sản phẩm có mẫu mã đẹp và thiết kế độc đáo bất chấp giá cả đắt đỏ thế nào. Tom thích được nghe người khác khen ngợi về khiếu thẩm mỹ, những công trạng anh đạt được cũng như những mối quan hệ thượng lưu mà anh có.

Ralph phát hiện ra Tom bắt đầu nghiện rượu va sa đọa kể Tử hồi đi nghĩa vụ quân sự. Mỗi khi lên bàn nhậu, anh luôn muôn chứng tỏ mình là ngôi sao, cả về mặt tửu lượng lẫn ánh nhìn của đám đông.

Sau khi cân đo đong đếm những thông tin trên, Ralph xác định được ra Danh Tiếng chính là tử huyệt LỚN NHẤT của Tom. Chỉ khi Ralph có thể khuyên Tom thông qua chính Tử Huyệt Danh Tiếng của anh thì mới

hy vọng anh ta sẽ lưu ý và kiểm soát chứng nghiện rượu của mình.

Với sự hỗ trợ của June, Ralph thiết kế ra một cuộc hẹn *dành riêng*cho Tom để đảm bảo việc thuyết phục thành công.

June và Ralph mời Tom cùng năm ngươi bạn khác đến nhà mình ăn tối. Bữa ăn được dọn ra với nước cocktail. Sau cốc rượu mở màn đầu tiên, Ralph cất hết rượu và June tuyên bố bữa tối bắt đầu.

Các dụng cụ ăn uống cho khách được chuẩn bị trên bàn ăn. Mỗi bộ đầy đủ gồm một chiếc đĩa để thức ăn, dao nĩa bạc và khăn giấy, trừ của Tom.

Tom chi được chuẩn bị một cốc rượu duy nhất.

Thấy những người khác có đầy đủ dao, nĩa và đĩa để ăn còn mình thì không, Tom bắt đầu nổi nóng. Anh ta gọi gia chủ: "June, cô quên phần tôi rồi à? Đĩa của tôi đâu?"

"Tom à, chúng tôi *ăn* tối, nên chúng tôi phải dùng đĩa", June nhanh chóng đáp lại. "Còn cậu ăn không bao nhiêu mà chỉ toàn *uống*. Nên tôi nghĩ một cái cốc cho cậu là đủ!"

Tom cau mày khi bị nói như thế. Anh ta cúi xuống nhìn cái bàn ăn với sự im lặng đáng sợ. "Tôi hứa!" Tom nghẹn lời, "Tôixin hứa sẽ không làm mọi người xấu hổ khi đi cùng tôi nữa. *Làm ơn* cho tôi xin một cái đĩa và một bộ dao nĩa được chứ?"

Tình huống trên quả thật khiến Tom phải tự xem lại chứng nghiện rượu của mình. Lần đầu tiên, có người chạm vào được những *cảm xúc* - chứ không chỉ suy nghĩ — sâu thẳm nhất của anh về những sai lầm của mình. Một *nỗi sợ* liên quan đến danh dự còn lớn hơn cả sĩ diện của anh đã

bị khơi mở.

Do tình huống đã được thiết kế chỉ để *dành riêng* cho Tom, nên nó đã thực sự tác động được anh. Và những cảm xúc trong buổi hôm đó của Tom sẽ *đọng lại* trong ký ức của anh, bởi Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của anh đã được đánh trúng chính xác!

Ralph và June kể tôi nghe rằng sau ngày hôm đó, Tom vẫn là bạn *tốt* của họ và cậu ta thực sự giữ lời. Cậu vẫn là Người Vị Danh như thuở nào - nhưng đáng yêu và tuyệt vời hơn hẳn trước kia. Ba năm sau bữa tối khó quên ngày hôm đó, cậu ta lấy vợ. Mặc dù Tom và mấy người bạn vẫn thường xuyên tiệc tùng với nhau, cậu ta quả thật không còn quá chén như trước!

Còn cô T., một giáo viên phổ thông trung học, thì lại trải nghiệm quyền năng của Tử Huyệt Danh Tiếng trong lĩnh vực giao tiếp với đám đông.

Vấn đề của cô ấy:

"Tôi phải vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc như thế nào để cải thiện điểm số của các học sinh trong lớp học tiếng Pháp tệ nhất của tôi?

Cô T. thực sự hết kiên nhẫn với cái lớp học gồm 38 em học sinh đó. Điểm số của cả lớp chưa bao giờ vượt quá 40. Do vậy, cô đã tham giakhóa học của tôi và quyết định vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để cải thiện tinh hình. Sau khi loại trừ ba tử huyệt kia, cô kết luận rằng cách tốt nhất để tác động học trò chính là thông qua sĩ diện, tức Tử Huyệt Danh Tiếng của chúng.

Cô tiến đến bảng đen, quay lưng về phía các học sinh. "Các em có biết,

muốn đậu môn tiếng Pháp của cô thì cần tối thiểu bao nhiêu điểm không? — cô T. hỏi. “Là 75, các em rõ chứ?” — cô vừa nói vừa viết con số 75 lên bảng.

"Vậy các em có biết mình được bao nhiêu điểm trong bài kiểm tra môn tiếng Pháp vừa qua?" cô giáo hỏi tiếp. "Toàn là 40, 55, cùng lắm là 60. Cô cũng phải viết những con số này lên bảng thôi."

Cô viết chúng lên bảng thật. "Bị điểm kém thế này có gì ghê gớm không? Không tệ lắm nhỉ. Đó là một nỗi nhục, một sự xấu hổ lớn khi những con số đáng thất vọng đó đứng hiên ngang ngay bên cạnh *tên các em* - những cái tên xinh đẹp do cha mẹ các em đặt mà tất cả các em đều tự hào. Các em thấy sao khi cô đọc tên các em: Em M. Brown-40 điểm; J. Gramme-55 điểm; O. Zipey-60 điểm", cô giáo vừa dạy dỗ học trò vừa viết những cái tên cùng các con điểm *"đáng* xấu hổ" lên bảng.

"Các em có thấy rằng tên mình xứng đáng đi với những con điểm *đẹp hơn thế*. Một con số đẹp đẽ hơn như 95, 85 hay 100 chẳng hạn? Nếu các em muốn, cô sẽ cho các em một cơ hội đê chứng minh!"

"Ngày mai sẽ có thêm một bài kiểm tra tiếng Pháp nữa. Hãy nhớ, con điểm đứng cạnh tên các em sẽ cho tất cả mọi người ở đây thấy cái tên đó là một niềm tự hào hay một sự sỉ nhục đối với cái lớp này!"

Quả thật, sau mấy lời giảng đạo đánh trúng Tử Huyệt Danh Tiếng của các học trò, điểm số của cả lớp sau đó tăng đến 26%, một tỉ lệ đáng kể!

Khao khát nổi tiếng, sự mất mặt hay mất danh dự là những động lực cảm xúc mạnh mẽ thúc giục cá nhân hoặc nhóm làm việc hiệu quả hơn bất kể những khó khăn hoặc rào cản về mặt tài chính, trình độ, địa vị xã hội

hoặc khiếm khuyết cơ thể. Trong nhiều trường hợp, Danh Tiếng chính là động lực chủ đạo khiến con người tham vọng và dám dấn thân hơn bất chấp hoàn cảnh.

Beethoven trở thành nhạc sĩ vĩ đại dù bị điếc; nhà thơ Byron bị tật ở chân; Helen Keller lấy được bằng đại học và trở thành nhà hoạt động nổi tiếng dù bị mù, câm, điếc Tử nhỏ; Glenn Cunningham bị tật ở bắp chân do bỏng nặng lúc nhỏ nhưng vẫn vươn lên trở thành một trong những vận động viên điền kinh vĩ đại nhất mọi thời; triết gia Hy Lạp cổ đại Demosthenes vốn bị tật nói lắp, mắc bệnh phổi mãn tính và cóchất giọng khàn khó nghe nhưng lại trở thành một trong những nhà hùng biện lừng danh nhất thời bấy giờ; cậu bé nghèo khổ George Washington Carver ngày nào vẫn có thể vươn lên trở thành một nhà khoa học vĩ đại; Perry Como trở thành ca sĩ nổi tiếng dù trước đó ông chỉ là một anh hớt tóc dạo.

Những con người vĩ đại kể trên cũng như nhiều cá nhân xuất chúng khác, họ có thể vượt qua muôn vàn trở ngại khó khăn để thành công chính là nhờ vào khát khao khẳng định bản thân cháy bỏng. Khát khao tạo nên động lực cảm xúc mạnh mẽ giúp họ làm nên kỳ tích. Và bạn cũng có thể làm được như họ.

Một khi Danh Tiếng trở thành động lực cảm xúc CHỦ ĐẠO của bạn, bạn sẽ nhận ra rằng: *"Muốn được mọi người công nhận, trước hết hãy biết công nhận và trân quý thành công của người khác!"*

Mặc dù mức độ quyết tâm của mỗi người không giống nhau nhưng hầu như tất cả chúng ta đều khao khát thành công và thành đạt trong cuộc sống, và muốn nhanh chóng có được chúng. Tất cả những người đàn ông hay phụ nữ khao khát thành công thực sự đều biết cách dốc toàn lực vào ước mơ

của mình và liên tục buộc mình phải vượt qua giới hạn bản thân. Trong nhiều trường hợp, họ thành công chính bởi “cái khó ló cái khôn" - những khuyết tật hay khó khăn buộc họ phải quyết tâm và cố gắng hơn gấp mấy lần người bình thường.

Cầu thủ ném bóng chày Carl Derose của đội Kansas City Blues có một cánh tay bị chấn thương mãn tính. Những người khác bảo anh nên kết thúc sự nghiệp vì cánh tay đó sẽ khiến anh không thể chơi bóng chày cường độ cao được, nhưng Derose kiên quyết không khuất phục chấn thương. Anh nỗ lực luyện tập chăm chỉ hơn tất cả những cầu thủ khác để giành lấy cơ hội trở lại các giải đấu đỉnh cao.

Ấn tượng bởi sự cố gắng không mệt mỏi của Derose, huấn luyện viên đã cho phép anh được ra sân trong trận đầu quan trọng gặp câu lạc bộ Minneapolis — một đội bóng nổi tiếng với lối chơi rắn — vào ngày 26 tháng 6 năm 1948.

Suốt trận đấu, Derose ném bóng vô cùng chuẩn xác. Đến lần ném bóng thứ năm, tay cua anh bắt đầu đau vì chấn thương cũ, trong khi cả đội của anh vẫn chưa xuyên thủng được Minneapolis.

Khao khát chứng tỏ bản thân mình trước những ánh nhìn nghi ngờ của đồng đội và những người xung quanh, Derose dốc hết toàn bộ sức lực còn lại để tiếp tục thi đấu. Mặc dù mỗi lần ném bóng là mỗi lần đau đớn khôn cùng, anh vẫn không ngừng tiến tới để cố gắng ghi điểm cho đội.

Nỗ lực không mệt mỏi của Derose đã truyền cảm hứng cho các đồng đội và kể Tử lúc đó trở đi, cả đội bỗng dưng chơi khí thế hẳn lên, đánh bóng chuẩn xác đến Từng milimet.

Khi Minneapolis gục ngã ở lần ném bóng thứ chín, anh chàng Carl Derose mệt lả người đã làm nên kỳ tích, trở thành cầu thủ bóng chày đầu tiên trong lịch sử Hoa Kỳ ném bóng *hoàn hảo* trong suốt một trận đấu.

Toàn đội Minneapolis lãnh một trận thua đểđời!

Khổng Tử dạy rằng: "Đắp đất xây một ngọn núi nhưng lại buông xuôi khi chưa chạm đến bầu trời, đó chính là thất bại."

Khi danh vị trỗi dậy, quyết tâm sẽ thăng hoa!

Ví dụ dễ thấy nhất chính là những người làm trong lĩnh vực nghệ thuật họa sĩ, nghệ sĩ, nhà văn và giới showbiz. Họ là những con người bị thúc giục mãnh liệt bởi sự nổi tiếng. Giới ca sĩ diễn viên tự cổ chí kimkhông chỉ diễn xuất trên sân khấu mà còn nổi tiếng với vô số chiêu trò ngoài sân khấu chỉ vì khát khao được công chúng nhớ mặt thuộc tên.

Còn với phần lớn những ngành nghề khác, người ta thường lấy mức lương làm thước đo địa vị hay Danh Tiếng trong nghề!

Tương tự như những tử huyệt khác, người bị ám ảnh bởi Danh Tiếng sẽ ít nhiều biểu hiện tử huyệt đó của anh ta trong giao tiếp hàng ngày. Bạn có thể tìm thấy những dấu hiệu tố cáo "tim đen" của anh ta trong các cuộc trò chuyện cá nhân, lời nói, cử chỉ, hành động, hình thức và thói quen của anh ta.

Việc người đó có phải là một người "tử tế" trong mắt *bạn* hay không tùy thuộc vào những nhu cầu và mô thức cảm xúc của chính bạn, và phản ứng của anh ta đối với những lời nói và hành động *của bạn!*

Cũng như bao người khác, anh ta sở hữu đủ Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc bao gồm những khát khao tích cực và cả những nỗi sợ tiêu cực liên quan

đến chúng. Nhưng đối với anh chàng này, Danh Tiếng mới là Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO, là nhân tố khiến anh ta chú ý cũng như là động lực mạnh nhất của anh ta trong mọi việc. Do vậy, những người sử dụng thành thạo Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ có thể dễ dàng nhận diện được loại người này để Từ đó giao tiếp thành công với anh ta.

Những Người Vị Danh có nhiều đặc điểm cảm xúc khác nhau để nhận dạng, nhưng tất cả chúng đều hướng về một kiểu duy nhất. Mỗi khi gặp gỡ ai hoặc đứng trước đám đông, một anh chàng Vị Danh luôn đảm bảo quần áo của mình tuyệt đối chỉnh tề, cà vạt tươm tất, và đến cái khăn tay trong túi áo cũng phải thật chỉn chu Từng li Từng tí... Anh chàng này luôn chỉnh lại quần và tay áo mỗi khi ngồi - nhất là sau khi anh ta vừa đặt thứ gì đó lên đùi mà có thể làm nhăn quần. Vì sao anh ta lại kỹ tính đến thế? Vì anh ta không muốn người khác nhìn thấy những nếp nhăn. Anh ta thực sự quan tâm đến vẻ ngoài của mình. Hói đầu và tóc bạc là vài trong số những thứ anh ta ghét cay ghét đắng — nhất là khi chúng xuất hiện trên đầu anh ta.

Khi nói chuyện, anh chàng này thường thích cường điệu vấn đề và hay khoe mẽ rằng mình có quen ông này bà nọ. Trong những sự kiện đặc biệt, anh ta thích đồng hành cùng những người quan trọng hoặc hấp dẫn. Anh ta cảm thấy tự hào mỗi khi mọi người chú ý đến mình. Anh chàng này có thói quen soi gương nhiều hơn người bình thường một chút. Đôi khi anh ta soi gương chỉ để chải ngược mái tóc của mình *về phía sau* một chút nhưng vô cùng, vô cùng nhẹ nhàng, để rồi sau đó anh ta sẽ lấy một nhúm tóc nhỏ kéo *ra phía trước* một cách cẩn thận để trông vừa bảnh lại vừa oách. Tuyệt vời!

Anh chàng Vị Danh là một gã trai cầu toàn. Niềm kiêu hãnh mang anh ta lên chín tầng mây!

Người phụ nữ Vị Danh cũng có nhiều đặc điểm và thói quen tương tự như anh chàng kể trên.

Một câu nói cửa miệng của cô nàng này là "Chiếc áo này khiến tôi trông béo hơn bình thường" hoặc đại loại như thế. Đó có thể là một cô nàng chải tóc hoài không biết chán, hoặc không ngừng kiểm tra xem 1 đôi tất của mình có bị nhăn không. Nhiều cô nàng Vị Danh là khách hàng thường xuyên của những cửa hiệu thời trang có tiếng để đảm bảo cái *cảm giác* yên tâm rằng những chiếc đầm của mình long lanh không tì vết. Trong một số trường hợp cực đoan, đó là những cô nàng mang giày ba-ta, mặc quần ngắn hay denim nhưng lại "quên khuấy" việc gỡ đôi bông tai hột xoàn chỉ dùng để đi với váy dạ hội! Một số cô không chỉ đánh phấn cho trắng mặt mà còn phủ luôn cả hai tai. Không ngạc nhiên khi quần áo tóc tai vẫn luôn là một trong những chủ đề ưa thích của các chị em mỗi khi buôn chuyện.

Những anh chàng và cô nàng Vị Danh là những người nhạy cảm và rất dễ "tổn thương", sẵn sàng ghi hận và tìm cách trả đũa những ai động chạm đến danh dự của họ. Nhiều người trong số họ thậm chí ăn không ngon, ngủ không yên nêu không trả thù được những kẻ xấc xược đã khiến họ mất mặt.

Một nhược điểm phổ biến của những Người Vị Danh chính là sự đề cao cái tôi thái quá - một thái độ rất dễ khiến người đối diện mất thiện cảm. Trong khi đó, giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc đòi hỏi người giao tiếp phải biết ưu tiên đề cao người kia hơn bản thân mình.

Do vậy nếu bạn là một Người Vị Danh mong muốn được mọi người chú ý,lắng nghe và yêu mến hơn, hãy bớt dần những đại Tử "tôi" trong giao tiếp. Mà thay vào đó, hãy dùng BẠN, ANH, CHỊ,... CHÚNG TA... vấn đề CỦA CHÚNG TA... gia đình CỦA BẠN và tôi... chẳng hạn. Những

đại Tử này sẽ luôn giúp bạn chèo lái Tử Huyệt Danh Tiếng của mình theo hướng có lợi và tích cực, giúp bạn thành công hơn trong giao tiếp!

Những người có khiếu hài hước có rất nhiều tiềm năng khai thác TửHuyệt Danh Tiếng của chính họ theo hướng có lợi.

Tại sao nhiều người thích kể chuyện cười? Vì đó là một cách thu hút mọi người xung quanh và củng cố Danh Tiếng cá nhân thông qua việc lấy tiếng cười của đám đông! Tuy nhiên, về mặt cảm xúc, cười vừa là một hành động, nhưng cũng có thể là một... *phản ứng!*

Cô con gái nhỏ của một danh hài nọ đi xem một bộ phim có bố mình diễn trong đó. Trong khi các khán giả trong rạp phá lên cười, cô bé lại *khóc*.

Mẹ cô bé liền hỏi sao lại khóc, cô bé nói mình khóc vì nghĩ là người ta đang cười *vào* bố mình - chứ cô bé không biết là chính diễn xuất của bố cô đã chọc cười khán giả!

Mỗi khi bạn nói chuyện với ai, nếu người đó thường xuyên cắt ngang lời bạn hoặc, hẳn là bạn sẽ có cảm giác người này thật phiền toái hoặc bất lịch sự. Sự thực anh ta không có ý đó. Anh ta làm thế như một cách để tranh thủ cơ hội chứng tỏ bản thân cũng như Danh Tiếng cá nhân của mình.

Anh ta không thể đợi bạn nói hết suy nghĩ trong đầu *bạn* bởi vì anh ta quá hồi hộp không biết là bạn sẽ có lắng nghe lời nói *của anh ta* hay không!

Do vậy, hãy lưu ý đến những người thích cắt ngang mỗi khi bạn đang nói hãy giao tiếp *thành công* với bất kỳ ai bằng những ngôn từ và hành động khéo léo, giúp giữ thể diện cho cả đôi bên!

Trên đây là vài đặc điểm phổ biến của những đối tượng mà chúng ta gọi là Người Vị Danh. Trên thực tế vẫn còn rất nhiều biểu hiện khác mà bạn có thể dùng hiểu biết và trực giác của mình để phán đoán xem đó có phải là một Người Vị Danh không, để Từ đó có phương án giao tiếp phù hợp.

Tử Huyệt Danh Tiếng là một công cụ Thôi Miên Cảm Xúc có tính chất đề cao - hoặc chọc tức - cái tôi của con người.

Mỗi chúng ta đều có một cái tôi to xù ẩn giấu đâu đó kể cả khi chúng ta có thừa nhận hay không. Vì thế sau đây là hai cách giúp bạn giao tiếp hiệu quả hơn để thành công hơn trong cuộc sống bằng việc chèo lái Tử Huyệt Danh Tiếng một cách đúng đắn:

1- Nếu bạn cho rằng mình là một cá nhân tài năng hoặc quan trọng, hãy để người khác công nhận điều đó thay vì tự đề cao bản thân!

2- Hãy khiêm tốn. "Lùi một bước, tiến ba bước" - một khi bạn có thể nhún nhường một cách khéo léo trước đối phương, bạn cũng đồng thời làm cho họ cảm thấy mình "cao" hơn; và như thế, họ sẽ yêu mến bạn hơn!

Có một câu chuyện như sau: Các cuộc gặp gỡ hàng tháng của tập thể nhân viên một công ty nọ càng lúc càng thưa vắng vì không còn nhiều người hào hứng tham dự. Vị chủ tịch công ty cùng ban giám đốc bèn viết thư mời gửi Từng nhân viên và thậm chí gọi điện thoại cho Từng người, nhưng vẫn không cải thiện được tình hình.

Kết quả là ban giám đốc bị một phen bẽ mặt khi buổi hội họp ngày hôm đó có thuê cả người dẫn chương trình truyền hình nổi tiếng tham gia dẫn dắt nhưng số người đến dự chỉ đếm trên đầu ngón tay.

Để chuẩn bị cho buổi gặp mặt kế tiếp, ban giám đốc quyết định mời một MC khác. Lần này, họ báo trước cho toàn thể nhân viên về tên tuổi người MC và nội dung chương trình bằng cách gửi thư riêng cho Từng nhân viên kèm với một huy hiệu cài áo.

Đến tối hôm diễn ra buổi gặp gỡ, cả hội trường chật kín người vì sự có mặt của hơn hai trăm thành viên và khách mời.

Hơn phân nửa trong số những người này đeo chiếc huy hiệu màu xanh vàng trong đó có tên nhân viên kèm với chức danh:

Phó Chủ tịch BAN TIẾP TÂN

Số lượng người tham dự tăng vọt nhờ cái huy hiệu với một chức danh thật kêu đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của bọn họ!

Không cần biết bạn là ai, hãy khiêm tốn và ưu tiên cho đối tượng giao tiếp của mình!

Hãy thừa nhận rằng bạn *không phải* mẫu người thông minh xuất sắc, rồi mọi người sẽ yêu quý bạn hơn, vì bạn dám thẳng thắn rằng mình chưa bằng *họ*. Khi đó, họ sẽ *dễ dàng* đồng thuận với mọi điều bạn nói... làm những gì bạn muốn... và thậm chí muốn kết thân với bạn.

Khi tướng Eisenhower đến thành phố New York, ông nói rằng: "New York lẽ ra cần phải phục vụ tốt hơn nữa những anh chàng nông dân Kansas để củng cố và nâng cao danh tiếng của nó với tư cách là một thành phố đa sắc tộc phồn thịnh!”

Chi với câu nói đó, ông đã làm cho hàng nghìn người dân cảm thấy tự hào về *bản thân mình.*

Khi trở thành Tổng thống, Franklin D. Roosevelt luôn mở đầu các cuộc trò chuyện với cụm từ gần gũi: "Xin chào những người bạn của tôi..!"

Bạn và tôi và tất cả mọi người ở đây - NHỮNG BẰNG HỮU THÂN THƯƠNGcủa Tổng thống Mỹ!

Hãy rèn luyện sự khiêm tốn như một phản xạ, thói quen hay thậm chí một tính cách giúp bạn được mọi người quan tâm, yêu mến và dễ thành công hơn!

Một cựu học viên của tôi Từng thuyết trình về đề tài: "Dick Tracy, nhân vật truyện tranh yêu thích nhất của tôi." Cậu ây mở đầu bài thuyết trình bằng câu hỏi: "Bạn có thích cảm giác mà mỗi khi xuống phố; mọi người nhận ra bạn chính là viên thám tử thông minh và dũng cảm nhất đất Hoa Kỳ?"

Câu hỏi đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của các khán giả và kích thích sự chú ý lắng nghe của mọi người một cách thành công.

Cũng giống như ba tử huyệt kia, Tử Huyệt Danh Tiếng là một bộ phận lớn hiện hữu mãnh liệt trong cấu trúc cảm xúc của mỗi người chúng ta cũng như ở mọi đội nhóm hay tập thể.

Một khi nắm bắt được tầm quan trọng của Tử Huyệt Danh Tiếng đối với con người, bạn sẽ dễ dàng *nhận diện* ra nó trong bản thân mình cũng như ở người khác. Để Từ đó, bạn sẽ dễ dàng kiểm soát cảm xúc của bản thân trước những sự tác động có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc cũng như rèn giũa ngôn từ và hành vi giao tiếp của mình trở nên sắc bén hơn.

Một khi bạn có được một sự hiểu biết và khả năng làm chủ cảm xúc ổn định như thế, Tử Huyệt Danh Tiếng sẽ không còn là một "điểm yếu chết

người" của bạn nữa, mà chính là chiếc chìa khóa dẫn bạn đến mọi Thành Công và Thành Đạt trong cuộc sống!

Bạn đã sẵn sàng để thành công?

CHƯƠNG 8

Tống khứ mọi nỗi lo lắng, sợ hãi và muộn phiền của bạn bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc

Lúc đó là 6 giờ 30 sáng.

Đôi mắt xanh biếc của "Gladys" mở to trong khi cô ngồi dậy tắt chiếc đồng hồ báo thức đang kêu inh ỏi. Tay phải của cô cầm giữ thứ vật dụng vừa hữu ích nhưng cũng vừa phiền toái này trong khi các ngón tay của cô nhấn công tắc cái rụp.

Không gian đã yên lặng trở lại... trừ tiếng chim hót buổi sáng.

Gladys cảm thấy thật tỉnh táo. Cô bật khỏi giường, kéo rèm cửa sổ về phía hai bên để nhìn ra khung cảnh bên ngoài và mỉm cười với ông mặt trời.

Cô vận động cơ thể một chút sau giấc ngủ ngon đêm qua. "Mình nên mặc gì cho ngày hôm nay nhỉ?" cô thơ thẩn. "Phải là một bộ nào đó có màu sắc thật sáng sủa tươi vui – giống như buổi sáng đẹp trời này vậy."

Một cách nhanh chóng, cô lấy ra Tử tủ quần áo và mặc ngay cho mình một chiếc đầm nylon màu đào. Cô xoay người trước gương hai lần với một điệu bộ duyên dáng, vừa ngân nga vừa nhún nhảy trên đôi giày vải xinh xắn.

7 giờ 20, cô đội một chiếc mũ thủy thủ màu đỏ rực rỡ lên mái tóc vàng nâu bồng bềnh của mình, vừa đội vừa huýt sáo vui tươi. Năm phút sau, cô bước lên một chiếc xe buýt màu xanh lá cây và niềm nở chào bác tài Gus, "Xin chào!"

"Buổi sáng tốt lành, thưa cô!" Gus mỉm cười đáp lại vị khách đầu tiên và duy nhất trên xe buýt lúc này. "Nhưng nó sẽ không tốt lành với tất cả chúng ta. Hôm nay là *Thứ Sáu ngày Mười Ba, cô biết chứ?"*

Gladys chưng hửng. *"Hôm nay? Thứ Sáu ngày Mười Ba?"* Khuôn mặt trái xoan xinh đẹp của cô bỗng chốc giãn ra một vẻ hoảng sợ. Mắt cô mở to. Tay trái của cô run rẩy nắm chặt tay vịn của xe buýt trong khi cô bỏ các đồng xu vào hộp thu phí.

"Bác Gus, hãy làm ơn..." cô nài nỉ. "...Chạy chậm, *thật* cẩn thận!"

Sợ sệt, cô ngồi hàng ghế đầu ngay sau lưng bác tài. Mồ hôi cô tuôn ra như tắm và nhỏ giọt trên trán cô. Đôi môi cô run rẩy lầm bầm.

Khi Gus đang giảm tốc để chuẩn bị rẽ hướng ở một ngã tư phía trước, Gladys nhanh chóng đứng dậy và tiến về phía cửa ra của xe dù xe chưa đến nơi cô cần đến.

"Có chuyện gì vậy, thưa cô?" bác tài vừa hỏi vừa quay vô-lăng. "Cô để quên gì sao?"

"Không, chỉ là tôi vừa sực nhớ ra vài chuyện!" Gladys trả lời với giọng nói khó nghe và vội vàng. "Sáng nay tôi hát hò trước khi ăn sáng và huýt sáo trước khi đi." Cô thở dài. "Mỗi khi ra khỏi nhà, tôi luôn bước bước đầu tiên bằng chân phải; nhưng sáng nay, tôi lại bước chân trái!" Cô bật khóc thút thít. "Hôm nay là Thứ Sáu, ngày Mười Ba. Gus tôi phải quay về nhà thôi. Ngày hôm nay của tôi *"đi tong"* rồi!

Bạn có phải là người mê tín dị đoan? "Gladys" có phải là một trường hợp quá cực đoan theo quan điểm của bạn? hay câu chuyện tôi vừa kể có khiến bạn liên tưởng đến bản thân mình hay một người quen nào giống như vậy không?

Bạn có lo sợ mỗi khi nhìn thấy mèo đen trong nhà? Bạn có tin vào quy luật *"bất* quá tam" mà dân gian truyền miệng?

Hàng triệu người trên thế giới này tin dị đoan. Vì mỗi chúng ta là một cá thể khác nhau, nên niềm tin và cách chúng ta mê tín cũng không giống nhau mỗi khi diễn dịch ý nghĩa của một sự vật hay sự việc “bất thường" nào đó.

Mê tín dị đoan là những sự tưởng tượng gắn liền với nỗi sợ.

Tại sao gặp mèo "đen" lại xui, trong khi những chú mèc màu khác thì "không sao"? Ngay từ thời cổ đại, màu đen đã được con người so sánh gắn liền vói bóng đêm và những điều bí ẩn mà họ không giải thích được. Còn vì sao đó là mèo chứ không phải một con gì khác, điều này bắt nguồn Tử những bài hát ru và những câu chuyện cố tích về phù thủy Tử thuở xưa. Và

thế là, cũng giống như những ký ức khác lớn lên theo năm tháng cùng với những trải nghiệm sống của chúng ta, "những chú mèo đen" tượng trưng cho sự xui rủi trong tâm trí mỗi chúng ta cũng lớn lên theo!

Dù độc ác đến đâu, các nhân vật phù thủy luôn có chỗ đứng vững chắc trong văn chương kịch nghệ - và nhân vật phản diện khiến cho công chúng chú ý và theo dõi không thua gì vai chính diện. Ngay cảWilliam Shakespeare cũng phải có vài nhân vật phù thủy xuất hiện trong các tác phẩm của mình.

Còn nỗi sợ *"bất* quá tam" cũng xuất hiện Tử lâu, nhưng nó được gieo rắc và trở nên phổ biến kể Tử chiến dịch quảng cáo của một nhà sản xuất diêm vói mục đích muốn chúng ta dùng nhiều diêm hơn.

Cô nàng Giadys đã thể hiện sự mê tín dị đoan đến cực độ khi phản ứng một cách hoảng loạn trước tin ngày hôm đó là Thứ Sáu ngày Mười Ba.

Nhân tố gây sợ hãi ở đây không phải Ịà Thứ Sáu mà là con số "Mười Ba"! *Kể cả* cho đến ngày nay, nhiều tòa cao ốc ở New York cũng như các thành phố khác không có tầng mười ba. Ngay cả những người thuê nhà hay thuê phòng cũng không dám đặt phòng có *chứa* mười ba trong số phòng đó.

Nhiều máy bay của các hãng hàng không không có hàng ghế thứ mười ba trong đó.

Các nhà tâm thần học ở Trung tâm Y khoa New York Từng làm một nghiên cứu về "Nỗi Sợ số 13". Ngay trong tòa nhà cao tầng nơi họ làm việc cũng không có tầng thứ 13. Mà thay vào đó, *tầng nằm giữa tầng 12 và 14 được đặt tên là "Tầng P"*

Rốt cuộc, mười ba là gì? Đơn giản chỉ là một con số!

Một ông chủ nhà hàng ở Luân Đôn lại khẳng định mười ba là con số may mắn nhất của ông. Nhờ con số này mà ông trúng giải độc đăc xổ số Vương Quốc Anh với trị giá giải thưởng lên đến 392.000$. Ông kể rằng: "Số nhà tôi là mười ba. Tôi mua vé số vào Thứ Sáu ngày Mười Ba - và nó thuộc dãy vé thứ mười ba lúc tôi mua. Thế là tôi trúng giải!"

Chính sự khao khát may mắn đã lôi kéo hàng triệu người bỏ hàng đống tiền mua những vật dụng cầu may như bùa hộ mệnh và chân thỏ, bất chấp sự thật rằng có một con vật phải xui xẻo mất mạng để có bùa cho họ mua: con thỏ!

Bạn lo sợ vì mình vừa làm vỡ gương? Bạn lo lắng về "đại hạn" sau mỗi chu kỳ bảy năm? Không! Không đâu! Hàng nghìn người sẽ thề với bạn rằng BẢY là một con số vô cùng may mắn. Chẳng phải ngẫu nhiên mà mấy tay chia bài ở sòng bạc thường nói rằng: "Chơi nào anh bạn *số bảy may mắn”*

Bạn có cho rằng hành động mở ô trong nhà hay trong cơ quan là xui? Tôi không biết, nhưng tất cả các chuyên gia về ô sẽ bảo đảm với bạn rằng đó là cách tốt nhất để làm khô chiếc ô và sử dụng nó được lâu hơn!

Bạn có tin vào các bà đồng hay thầy bói? Theo một thống kê gần đây, người Mỹ bỏ ra hơn 150.000.000$ mỗi năm cho các dịch vụ bói toán, dự đoán tương lai, xem chỉ tay, bói bài, chiêm tinh, tử vi... Họ thậm chí chi tiền mạnh tay để mua hàng đống tượng phong thủy về nhà để cầu may.

Nào là sách bói mộng, thần dược tình yêu, muối hộ mệnh để rắc lên người mỗi khi đidưới gầm thang cứu hộ đểgiải xui...

Chừng nào con người còn tin vào vận may, chừng đó hàng hà sa số những tín điều không có cơ sở khoa học này vẫn luôn tồn tại và tiếp tục tồn tại, và vì vận may gắn liền với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc cố hữu trong mỗi con người.

Cũng do mỗi người chúng ta sở hữu cấu trúc và mô thức cảm xúckhác nhau, nên hầu như người nào cũng có vài sự mê tín của riêng mình.

Một cô nàng Vị Danh mà tôi biết luôn đảm bảo rằng ở bất cứ tòa nhà nào cô đến, cô cũng phải đi vào và đi ra bằng đúng một cửa! Nếu bữa nào có lỡ khinh suất ra vào khác cửa, cô sẽ lo lắng đến mất ăn mất ngủ, trừ phi có một thứ gì khác đủ sức khiến cô phân tâm để không còn nghĩ ngợi về sự khinh suất đó nữa. Thứ đó có thể là một sự hấp dẫn giới tính, một lời hứa tương lai, một sự vật mới mẻ nào đó, một người mới quen đặc biệt hay một Trải Nghiệm Mới cô chưa Từng có!

Mê tín dị đoan cũng có mặt tích cực và *mang lại niềm vui* nếu bạn nhìn nhận nó một cách nhẹ nhàng và thoải mái. Bằng không, nó sẽ khiến bạn suốt ngày âu lo, bực dọc. Nó sẽ kiểm soát và làm bó hẹp tâm trí bạn, gây ra nhiều mâu thuẫn và xung đột.

Việc một tấm biển quảng cáo vô tình rơi xuống và suýt trúng đầu bạn *ngay trong ngày đầu tiên bạn mặc chiếc áo khoác nâu mới mua* chẳng có điều gì bí ẩn đằng sau nó cả.

Vậy mà nhiềungười trong chúng ta khi gặp chuyện tương tự sẽ *liên tưởng* đến những điềm báo xui rủi, âu lo và bực dọc một cách vô duyên vô cớ mỗi khi ra đường mà quên mặc cái áo nâu may mắn đó!

Hãy nhìn thẳng vào những cảm xúc của chính mình! *Đối mặt với Bộ*

*Tứ Tử Huyệt trong tâm hồn bạn***.** Hãy hiểu rõ những thành phần đã làm nên chúng, để Từ đó bạn có thể dễ dàng nhận diện chúng mỗi khi gặp chuyện. Làm được như thế bạn sẽ hiểu được *chính mình* - cũng như dự đoán được những phản ứng của *người khác* đối với những hành vi và ngôn từ của mình!

Những nỗi sợ của chúng ta được bao bọc bởi rất nhiều những lớp ngụy trang khác nhau, mà mê tín dị đoan chỉ là vài lớp trong số đó.

Bạn sợ cái gì, *ra làm sao* mà bạn lại sợ những thứ đó.... là những điều mà người khác khó lòng hiểu hay đọc được Từ bạn nếu bạn không nói.

Họ không thể cảm nhận được rằng bạn đang lạnh sống lưng... rằng môi bạn đang đơ cứng... rằng mắt bạn đang chớp bất thường... rằng thần kinh bạn đang hỗn loạn... rằng tim bạn đang đập thình thịch như muốn nhảy ra ngoài... rằng cảm giác lo sợ cho sự an toàn bản thân đang kêu réo trong bạn... rằng bạn đang cố tình né tránh những con người, những tình huống hay nơi chốn khiến mình sợ hãi.

Chúng ta thường có phản ứng sợ hãi khi nào? Đó là khi có ai đó dí súng sau gáy bạn rồi nói: "Giơ tay lên. Cướp đây!"; là khi bạn phải đi bộ băng qua một khu rừng có thú vật dưới màn đêm tối om chỉ có những đốm sáng lập lòe; là khi bạn sợ đến cứng người hoặc la thất thanh hết ba hồn bảy vía vì đang ngồi trên chiếc tàu lượn cao tốc di chuyển *ở* vận tốc 112km/h.

Những nỗi sợ của con người đều mang tính cá nhân.

Chúng luôn tồn tại âm ỉ trong tâm trí chúng ta dưới dạng những nỗi âu lo thường trực được định hướng bởi mô thức cảm xúc cá nhân của mỗi

người. Tính cá nhân này lại được quy định bởi những yếu tố kích hoạt riêng biệt cấu thành Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong lòng chúng ta.

Những nỗi sợ chủ đạo của chúng ta bao gồm những thái độ và cảm xúc không quan trọng với người khác, nhưng lại vô cùng quan trọng với *bản thân chúng ta.* Chúng là một phần của cảm xúc cũng nhưtính cách chúng ta.

Đôi khi chỉ những nỗi sợ rất đơn giản và phổ biến như cách chúng ta sợ ướt khi trời mưa cũng có thể cho thấy sự khác biệt giữa người này với người kia.

Vài người trong chúng ta sợ mưa vì không thích vẻ ngoài bị lấm lem ướt nhẹp; một số khác không thích trời mưa vì sợ bị cảm hay viêm phổi; lại có những người chỉ đơn giản là không thích bị bẩn quần áo để rồi tốn công giặt giũ, phơi khô hoặc tốn tiền đi khám bệnh vì bị cảm; cũng có những người ghét trời mưa vì tại mưa mà họ không thể về nhà sớm hoặc đi bù khú với bạn bè.

Cá biệt hơn, có những người sợ mưa vì không muốn trời mưa làm hỏng chiếc mũ hàng hiệu giúp họ cảm thấy tự tin, xinh đẹp hoặc bảnh bao khi ra đường.

Sợ hãi là một *cảm xúc* quan trọng của con người.

Nỗi sợ dễ dàng xâm chiếm tâm trí chúng ta và thừa sức dắt mũi chúng ta đi xa nghìn dặm.

Một anh chàng nhút nhát nọ đi dự tiệc. Anh mất mấy phút dài lấy hết can đảm mới có thể ngỏ lời giới thiệu bản thân mình vói một cô nàng nhỏ nhắn mặc một chiếc đầm đen vàng rất nổi.

Anh nhận xét một cách ngập ngừng: "Xin lỗi, tôi thấy mặt cô trông quen lắm, như đã từng gặp đâu đó rồi?" Cô ấy đáp lại một cách tỉnh rụi: "Chắc chắn là không. *Mặt tôi vẫn luôn ở đây, nằm giữa hai tai tôi."*

Anh chàng nọ ngượng chín mặt.

Câu trả lời không thể lường trước của cô nàng đánh sập sự tự tin của anh.

Không thể nói được gì nữa, anh trốn biệt.

Anh kể lể nỗi niềm vói gia chủ và gọi cô gái kia một cách tức tối là "trái cà chua xấc xược trong bộ đầm vàng đen!"

Nếu Danh Tiếng là tử huyệt chủ đạo của anh chàng nhút nhát đó, hẳn là anh ta sẽ cảm thấy tổn thương ghê gớm khi bị làm mất mặt trước chỗ đông người như thế. Anh ta sẽ mất một thời gian dài để có thể nói chuyện bình thường trở lại với người khác giới, và khoảng thời gian đó có thể kéo dài vài tháng, thậm chí vài năm. Một nỗi sợ đã được khoét sâu trong tính cách của anh - nỗi sợ người khác phản ứng với những lời nói và hành động *của mình.*

Nỗi sợ của chúng ta ít nhiều được phản ánh trong cách chúng ta giao tiếp với người khác thông qua những biểu hiện cụ thể.

Chẳng hạn, hầu như bậc cha mẹ nào cũng lo lắng cho con cái, Từ chuyện ăn học của chúng, sự nghiệp tương lai, tình trạng sức khỏe cho đến các mối quan hệ bạn bè của con mình, kiểu như: "Con bé nhà mình càng lúc càng muốn làm "bà cô độc thân" thì phải?" "Tại sao đến giờ nó vẫn chưa có một thằng bạn trai nào cho ra hồn? Hai tám tuổi rồi mà không hề hẹn hò bất kỳ ai suốt một năm trời?"

Các cặp vợ chồng thì luôn lo sợ mấy vấn đề muôn thuở như tình cảm nguội lạnh, cảm xúc chai sạn, các vấn đề tuổi tác, khả năng tài chính, bệnh tật và chuyện chi tiêu trong nhà. Những chuyện bực tức hay mâu thuẫn hàng ngày của đôi lứa đều xuất phát từ những vấn đề trong gia đình, công ty hoặc bà con xóm giềng, Từ những nhu cầu tình dục không được thỏa mãn, tình trạng bất lực, vô sinh cho đến những chuyện chướng tai gai mắt, phiền toái, thái độ lạnh nhạt hoặc nuối tiếc.

Ngoài ra, họ còn có những nỗi lo sợ thường trực khác như sợ mất việc... có thai ngoài ý muốn... chiến tranh... nỗi đau mất người thân... bệnh tật hoặc chấn thương... bị người khác bôi nhọ hoặc bêu xấu... cướp giật... mất tiền... đầu tư nhầm chỗ... và tù tội...

Nỗi sợ những sự cố ngoài ý muốn đó ảnh hưởng đáng kể đến cuộc sống của chúng ta.

Ấy vậy mà, nhiều người trong chúng ta không bỏ được cái tật "lo bò trắng răng" mỗi khi lặp lại một thói quen mình không còn thích... khó chịu mỗi khi không có đủ tiền mua những thứ mình thích... bực bội mỗi khi người khác xì xầm về mình, về bạn bè hay quần áo của mình... mỗi khi bị ép buộc phải gặp những người hoặc đối mặt với những hoàn cảnh không mong muốn... mỗi khi bị buộc phải sáng tạo ra một thứ gì đó mới mẻ... cảm thấy khó ở khi người khác chấp nhận một lời mời mà mình không thích... căng thẳng khi đứng trước đám đông.

"Gì cơ, có bức điện tín cho chúng tôi à? Nhưng... chúng tôi không mong nhận điện tín vào iúc này. Chúa ơi, tôi hy vọng không có chuyện gì xảy ra với thằng Jim nhà tôi"... "Chắc là có chuyện chẳng lành rồi. Trễ tiệc ba tiếng đồng hồ rồi mà Mildred vẫn chưa đến!"... Hoặc *"Điện thoại gì mà*

reng lúc 3 *giờ sáng kia chứ. Chắc là có việc gì không ổn rồi”*

Chính những nhu cầu *cảm xúc* đã phát sinh ra nỗi sợ!

Chúng ta sợ rằng người khác sẽ nói xấu sau lưng mình khi mình vắng mặt... sợ bị bố mẹ, cấp trên, bạn bè hay vợ/chồng trách mắng... sợ rằng tác phẩm của mìnhsẽ bị chê bai... sợ người khác nhìn thấy mìnhgià so với tuổi... sợ bị người ta lừa... sợ phải đụng tay đụng chân vào mấy công chuyện nhà lắt nhắt nhưng mất thì giờ... sợ những bài kiểm tra bất thình lình... sợ lỡ duyên... sợ vọp bẻ... sợ phải về nhà nhìn thấy vợ hoặcchồng mình không vui.

Những nỗi sợ... sợ... và sợ lấn át tâm trí, làm rối rắm suy nghĩ và lu mờ lý trí của chúng ta.

Ba Nguyên Tắc Then Chốt để luôn Lạc Quan và Hạnh Phúc

Trừ những trường hợp thực sự hiểm nguy và khẩn cấp, trên đời này thực chất chẳng có thứ gì đáng phải sợ. Đó chỉ là *những dự đoán* mơ hồ trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc do chính chúng ta *tự suy diễn ra* mỗi khi gặp phải những hoàn cảnh hoặc tình huống nhất định.

Sao lại phải sợ? Sao lại trông đợi nỗi sợ như thế? Bất hạnh không tự đến với chúng ta, trừ phi chính chúng ta mở cửa mời nó vào nhà, và chính nó là nguồn cơn của mọi khổ đau, bệnh tật, sai lầm và thất bại.

Bỏ hết những nỗi sợ sau lưng mình, rồi bạn sẽ thấy chúng vô duyên và ngớ ngẩn đến chừng nào!

Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ tống khứ được mọi nỗi sợ hãi, lo âu và phiền muộn, bằng cách tuân thủ Ba Nguyên Tắc Then Chốt sau:

1. Nhận diện nỗi sợ trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bản

thân

Hãy cô lập những nỗi sợ này và phân tích xem vì sao bạn sợ cũng như chúng gây khó khăn gì cho bạn!

Những nỗi sợ đó liên quan đến điều gì: sức khỏe, thương tật, hay vấn đề hưởng thụ, xích mích giữa cha mẹ và con cái, nhu cầu tình dục không được đáp ứng; hay sợ mất tự do, sợ chết hay những vấn đề tôn giáo và những cơ sự khác liên quan đến từ Huyệt Bản Thân?

Những nỗi sợ hay muộn phiền đó có phải là những thiệt hại về mặt vật chất như: mất tiền mất bạc, bị giảm lương, quyền sở hữu bị xâm phạm, sự tiêu tốn tài sản, phung phí, hay những lo toan khác liên quan đến từ Huyệt Tiền Bạc?

Nỗi sợ của bạn có thuộc phạm trù Tử Huyệt Tình Yêu, như: "cảm nắng" một ai đó nhưng không được đáp lại, khao khát lập gia đình, một lời ước hẹn? hay nó có liên quan đến sự nhàm chán, những thói quen vô vị lặp đi lặp lại hàng ngày, hoặc khao khát được chu du đó đây để tìm kiếm Trải Nghiệm Mới, hay còn vấn đề nào khác khiến bạn cứ mãi suy nghĩ vẩn vơ?

Đó có phải là một nỗi sợ gắn liền với Danh Tiếng hay danh dự sự công nhận hay nổi tiếng; hay nhu cầu được nở mày nở mặt hoặc khẳng định bản thân với mọi người?

Đó có phải là một nỗi sợ liên quan đến một *tín điều* thuộc Bộ Tứ Tử Huyệt, chẳng hạn như: "Uống một cốc cà phê mà không uống hết bọt trong đó thì sẽ mất tiền?" hoặc "đi bộ dưới gầm thang cứu hộ là điềm báo xui xẻo?" hoặc "nếu ai không chụp được bó bông do cô dâu ném lên trong đám cưới, người đó sẽ ế suốt đời?"

Trên đây là vài gợi ý giúp bạn nhận diện nỗi sợ của mình. Đây cũng là bước đầu tiên quan trọng giúp bạn hiểu được những cảm giác sợ hãi của bản thân. Và hãy nhớ: Điều đáng sợ duy nhất trên đời là khi chúng ta không hiểu mình sợ gì và sao lại sợ!

Hãy truy ra nguyên nhân vì sao bạn sợ những điều ấy trên cơ sở những cảm xúc của chính bạn. *Bạn không bao giờ có thể hiểu được chính mình trừ phi nhìn thấu được Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bản thân!*

Dù nỗi sợ hay nỗi lo đó là gì đi nữa, hãy nhận diện chúng, thật nhanh, và chuyển đến bước kế tiếp sau đây!

2. Tập trung vào việc khác

Hãy tập trung những cảm xúc của mình cho những việc quan trọng hơn thay vì nỗi sợ!

Hãy đảm bảo rằng mỗi ngày bạn hoàn tất được những công việc của mình. Nếu bạn chưa quen với việc này, hãy lên danh sách những mục tiêu cần hoàn thành cho Từng ngày. Còn nếu bạn vốn đã có thói quen này, hãy thay đổi và làm mới danh sách của mình - chỉ cần *một chút xíu* thay đổi là đủ.

Mục đích của sự thay đổi này là để tạo ra những Trải Nghiệm Mới, cơ hội để gặp gỡ những người bạn mới, những ý tưởng mới, học hỏi những kỹ năng mới có khả năng kích thích trí tưởng tượng tích cực của bạn. Nếu bạn có những sở thích hoặc thú vui lành mạnh như nặn tượng, làm đồ handmade hay vẽ tranh, hãy duy trì chúng mỗi ngày. Nếu sở thích hàng ngày của bạn là nấu ăn hay làm bánh, hãy thử một phương pháp làm bánh *mới* hoặc sáng tạo ra một công thức nấu ăn *mới* chẳng hạn.

Hãy tìm đến những nơi chốn mới bạn chưa Từng đến, những trò chơi mới bạn muốn thử nhưng chưa có dịp, những cách làm mới với những thói quen cũ. Hãy làm mới ngoại hình của mình, thử một kiểu tóc lạ, hoặc phối đồ với những màu sắc táo bạo mà mình chưa bao giờ dám thử. Khi bạn đi làm hay đi học, hãy đổi những con đường đi khác thay vì cứ đi theo lối cũ.

Hãy đọc sách nhiều hơn! Thỏa mãn trí tò mò của bản thân với những chủ đề bạn yêu thích nhưng chưa có thời gian tìm hiểu.

Chẳng hạn, nếu bạn yêu những chú cún, hãy tìm đọc những cuốn sách nói về những giống chó khác nhau mà bạn chưa biết, nguồn gốc xuất xứ cũng như những đặc điểm của chúng. Tìm hiểu những chương trình truyền hình hoặc những sự kiện nói về những chú cún bạn yêu và sắp xếp thời gian đón xem những chương trình đó.

Hoặc nếu bạn quan tâm đến môn võ judo (nhu đạo) Tử lâu nhưng chưa có dịp tìm hiểu, đây chính là lúc bạn nênlàm điều mình thích.Làm sao mà môn võ này có thể giúp một người phụ nữ nhỏ nhắn hay một ngườiđàn ông không có vũ trang quật ngã được những gã bất lương to con gấp đôi mình? Judo là một môn võ thiên về tấn công hay phòng thủ?Hãy tìm đọc những cuốn sách về judo. Xem những chương trình truyền hình nói về nó. Đặt ra những câu hỏi giúp bạn hiểu hơn về nó. Và cách hay nhất chính là đăng ký một lớp học judo để được trực tiếp khám phá môn võ mình yêu thích.

Khi bạn tập trung đầu óc và cảm xúc của mình vào những việc khác như trên, bạn sẽ chẳng còn thời gian rảnh hay khoảng trống tâm trí cho những cảm giác lo sợ vẩn vơ tung hoành nữa!

3. "Xoay ngược" cảm xúc của mình

Cả Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng đều có đủ hai mặt *đối lập* - khao khát và nỗi sợ. Chúng chính là động lực cảm xúc của con người trong mọi việc.

Một khi bạn nhận diện và hiểu được bản chất những nỗi sợ của mình, bạn sẽ ngộ ra rằng chẳng có gì đáng để lohay sợ. Và khi bạnđã tập trung được toàn bộ sự quan tâm của mình vào những việc khác *ngoài* nỗi *sợ,* thì những nỗi sợ và lo lắng này cũng sẽ dần biến mất *khỏi* tâm trí bạn.

Đó là hai bước đầu tiên. Giờ là bước thứ ba, không bắt buộc, nhưng vô cùng linh nghiệm.

Loại bỏ hẳn nỗi sợ bằng cách "xoay ngược" cảm xúc của bạn, tức thay thế nỗi sợ bằng một *khát khao* tích cực của cùng một Tử Huyệt Cảm Xúc. Bước số 3 này giống như chiến thuật "lật ngược thế cờ" để chuyển bại thành thắng trên chiến trường. Ví dụ, nếu bạn sợ *mất tiền* - một nỗi sợ thuộc phạm trù Tiền Bạc, hãy vạch ra cho mình ước mơ, mục tiêu và kế hoạch hành động để *kiếm ra nhiều tiền hơn!*

Một anh bạn tên W. đã thành công trong việc loại bỏ nỗi sợ mất tiền nhờ vào chiến lược này.

W. sở hữu và quản lý một tòa chung cư kiêm mặt bằng kinh doanh ở tầng trệt. Đây là nguồn thu nhập chính và duy nhất của anh. Suốt nhiều tháng trời, anh rơi vào tình trạng bội chi bởi chi phí vận hành tòa nhà cao hơn so với lợi nhuận thu được, và thế là anh trở nên lo lắng đến mức gắt gỏng với bất kỳ ai.

Từng ngày trôi qua, anh bị ám ảnh bởi viễn cảnh tiền bạc của mình lần lượt đội nón ra đi.

Suốt một thời gian dài anh lo lắng, nghĩ suy và hay bàn bạc vấn đề tài chính với vợ và hai đứa con nhỏ. Dần dà, họ cũng trở nên lo lắng, bi quan và cáu kỉnh giống anh.

Đến khi nỗi lo sợ mất Tiền Bạc vượt ngưỡng chịu đựng của W., một người quen của anh và cũng là học viên của tôi đã chia sẻ cho tôi nghe trường hợp của anh. Cậu học viên đã miêu tả nỗi lo mất tiền củaW. với tư cách là "... một vấn đề về giao tiếp có thể được giải quyết bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!"

Chính bản thân W. cũng nhận diện được nỗi sợ của mình. Chúng tôi đã bày cho anh nhiều cách để không phải chú tâm vào nỗi lo sợ và định hướng sự quan tâm của anh sang những việc khác quan trọng hơn. Cuối cùng, W. đồng ý là sẽ tập trung vào việc làm sao để có *thêm* thu nhập - thay vì cứ lay lắt với nỗi lo mất tiền.

W. tìm đến một công ty chuyên quản lý bất động sản có uy tín. Yêu cầu đặt ra là, nếu họ có thể giúp anh thay đổi và đảm bảo việc quản lý tòa nhà của anh sao cho mỗi tháng đều có lợi nhuận, anh sẽ gia hạn hợp đồng với họ và sẽ có thưởng dựa trên mức lợi nhuận thu được.

Công ty nọ làm một bản báo cáo phân tích cho W. hiểu tình hình kinh doanh hiện tại của anh và đề xuất vài sự thay đổi về mặt thủ tục và giám sát nhân viên. Với sự quản lý của doanh nghiệp được W. thuê Tử bên ngoài này, các bất động sản của anh đã tạo ra nhiều thu nhập thụ động hơn hẳn so với thời anh còn tự mình quản lý.

Bạn đã thấy đấy, chỉ nhờ "xoay ngược" cảm xúc của mình Tử nỗi sợ mất tiền thành khát khao kiếm thêm tiền, Tử sự bi quan sang những hành động và thái độ *tích cực*, W. không chỉ giải quyết được vấn đề tiền nong

của mình mà còn loại bỏ được những cảm xúc tiêu cực đang gặm nhấm tâm trí của anh và của những người thân xung quanh!

Nguyên tắc "xoay ngược" cảm xúc này có thể được áp dụng trong mọi nỗi sợ hãi, lo toan và những sự bực dọc khác.

Bạn đang có một nỗi lo sợ liên quan đến Tình Yêu, như sợ ế chẳng hạn? Thế thì hãy chuyển hóa nó thành *khao khát* tìm kiếm tình yêu tích cực.

Hãy hiện thực hóa khát khao của bạn bằng cách đọc hết các chương sách nói về Tử Huyệt Tình Yêu, nghệ thuật đặt câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc và những chương khác có thể giúp ích cho bạn!

Bạn nản lòng vì bị *Tử chối?* Thế thì hãy tìm kiếm điều ngược lại, tức *sự đồng ý.*

Edmund Burke Từng nói rằng: "Sự nhượng bộ rút lui *không có ng*hĩa là đầu hàng hay thua cuộc". Chỉ cần nói được lời Thôi Miên Cảm Xúc *đúng* tử huyệt, bạn có thể dễ dàng tiếp tục theo đuổi người mình thích mà không phải bỏ cuộc!

Bạn lo lắng về sức khỏe Bản Thân mình? Thế thì hãy đứng lên hành động để có một sức khỏe *tốt hơn.*

Đừng tiếc thời gian đi khám sức khỏe, khám răng và khám mắt định kỳ. Tiếp thu những lời khuyên Tử các chuyên gia sức khỏe. Tuân thủ những chế độ ăn uống cần thiết và thường xuyên tập thể dục để có một sức khỏe tốt hơn. Ngoài ra, việc luyện tập Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp và hành động của bản thân cũng là một cách vô cùng hiệu quả giúp bạn làm chủ cảm xúc và cải thiện sức khỏe tinh thần!

Trên đây là một trong muôn vàn cách hay để bạn "xoay ngược" cảm xúc thành công!

Bạn có một nỗi sợ kinh niên về danh dự và sĩ diện?

Hãy biến Tử Huyệt Danh Tiếng của mình thành một thế mạnh, một động lực để có được danh tiếng như mong muốn!

Nhiều cá nhân xuất chúng đã làm được điều này, và chắc chắn bạn luôn có thể làm cho mọi người lắng nghe và ngưỡng mộ mình.

Hãy *"xoay* ngược" cảm xúc của mình mỗi khi bạn có cảm giác tồi tệ hoặc tiêu cực!

Một khi bạn làm được điều đó như một thói quen, bạn cũng đang đồng thời trau dồi cho mình một sự tự tin và nguồn năng lượng tích cực để có thể chiếm thế thượng phong trong mọi cuộc giao tiếp với bất kỳ đối tượng nào.

Bất kể bạn là ai hay làm gì, Thuật Thôi Miên Cảm Xúc cung cấp cho bạn những hiểu biết và kỹ năng hành động giúp bạn vượt qua gần như mọi vấn đề cá nhân trong cuộc sống.

Hạnh phúc chính là chiếc chìa khóa giúp bạn có được một sức khỏe tốt, phong thái tự tin và sự thành đạt trong cuộc sống. Chỉ khi bạn loại bỏ được mọi nỗi sợ hãi, lo âu và phiền muộn ra *khỏi* con người mình, thì hạnh phúc mới có thể đến để lấp đầy trái tim và khối óc bạn. Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn làm được điều kỳ diệu đó!

Những vấn đề "trời ơi đất hỡi" của Cảm Xúc

Thời nay, cuộc sống hối hả bận rộn khiến con người ở mọi lứa tuổi chịu sự chi phối của những vấn đề xúc cảm lắt nhắt nhiều hơn bao giờ hết

Căng thẳng thần kinh... lo lắng... mâu thuẫn... xung đột... sợ hãi... khó chịu và đủ loại bực tức trên đời đang Từng ngày đe dọa cuộc sống chúng ta, gây ra bao chuyện không vui, bất hạnh, hao mòn sức khỏe, thu nhập sa sút, giảm năng suất lao động và kém tự tin.

Một nữ người mẫu có một con với chồng trước vừa trúng tiếng sét ái tình với một người đàn ông mới. Người này nói với cô rằng anh ta "muốn sống bên cô, nhưng không thích đứa trẻ!" Điều này khiến cô phán rằng đứa trẻ là một của nợ, là vật cản khiến cô không thể tái hôn. Thế là tình mẫu tử của cô chuyển hóa thành một sự căm ghét toàn diện dành cho đứa con mới năm tuổi đang phải sống trong một tuổi thơ mà nước mắt nhiều hơn giấc ngủ và nụ cười.

Một kỹ sư nọ cho rằng viên quản lý đang "đì" mình. Bị ám ảnh bởi suy nghĩ đó, anh ta trở nên dễ căng thẳng, dễ cáu gắt với vợ và sẵn sàng tát vào mặt con cái nếu chúng nói điều gì không phải. Nếu cả nhà imlặng không nói gì, anh ta cũng bực mình gắt gỏng; còn những khi tranh cãi,anh ta trở nên nhạy cảm và dễ mấtbình tĩnh hơn baogiờ hết.Trước một anh chồng kinh khủng như vậy, cô vợ không muốn ngủ với anh, và thế là anh ta đánh vợ. Anh ta giải quyết những cảm xúc tiêu cực trong lòng mình bằng cách trút giận lên những người thân yêu xung quanh mình.Kết quả là, tất cả mọi người trong gia đình đều cảm thấy bất hạnh và bị tổn thương nặng nề về mặt tính thần, còn anh ta thì sắp mất việc!

Một ông giám đốc điều hành nọ thì ghét cay ghét đắng cái tính chua ngoa, thích làm phiền và cái thói độc mồm độc miệng của vợ mình. Thế là mỗi sáng, ông mang nỗi bực dọc ấy vào cơ quan; điều này khiến ông thường xuyên thiếu tỉnh táo và phạm nhiều sai sót trong công việc. Cứ một

tiếng trước giờ tan sở, ông lại tưởng tượng ra cái cảm giác dị ứng khó chịu mỗi khi về nhà thấy mặt vợ. Ông ta quá lo lắng cho vấn đề cá nhân của mình đến nỗi phung phí thời gian trên công ty chỉ để tìm cớ không phải về nhà. Vì truyền thông gia đình cũng như vì ông là người theo đạo, ông không dược phép ly dị; về mặt cá nhân, ông không muốn gây bạo lực với ai. Và thế là sự khó chịu tiêu cực của ông cứ tích lũy và lớn dần Tử ngày này qua ngày khác.

Những cảm xúc bị đè nén tưởng chừng nhỏ nhặt đó lại chính là nguồn cơn của chứng căng thẳng thần kinh và nhiều bệnh tật về thể xác; là nguyên nhân khiến cho con người không thể "đội trời chung" với nhau, gây ra tình trạng căng thẳng và luân chuyển nhân sự trong các cơ quan; là nguồn gốc của mâu thuẫn gia đình, ngoại tình, khó khăn tài chính, những sự thất vọng, buồn chán, vấn nạn tự tử, tội ác và cả tình trạng sợ lập gia đình của nhiều người trẻ ngày nay.

Một vị doanh nhân nọ có một cô vợ vừa đẹp vừa giàu và một nữ thư ký vừa nghèo vừa không xinh. Vợ ông lại thuộc mẫu người ham vui, thích ra ngoài đường giao tiếp xã hội hơn là ở nhà chăm lo việc gia đình và hâm nóng tình yêu với chồng. Ông chồng nhận được nhiều sự quan tâm, chăm sóc và thấu hiểu Tử cô thư ký hơn là vợ. Thế là ông đâm đơn ly dị. Người vợ bị sốc và tức giận đến run bần bật. Khuôn mặt cô ấy trông như đơ cứng trước tin dữ. Tưởng gì, lý do cô vợ tức giận cũng không tử tế là mấy:*"Người ngoài sẽ nhìn tôi như thế nào nếu họ biết anh bỏ tôi?"*

Một ngườiphụ nữ xinh đẹp đáng yêu dù đã ngoài ba mươi nhưng vẫn phòngkhông bóng chiếc. Lý do: Cả cô ấy lẫn ba mẹ mình đều quá "kén cá chọn canh" về nghề nghiệp của những chàng trai theo đuổi cô. Một ngày

nọ, cô gặp một người đàn ông và cảm mến ông ta ngay sau khi nghe ông ta giới thiệu rằng mình là bác sĩ có thâm niên trong một bệnh viện lớn của thành phố. Còn gì tuyệt vời hơn một ông chồng làm nghề y, thế là cô hẹn hò với ông ta ngay lập tức; họ trở thành người yêu và tính luôn đến chuyện hôn nhân. Mặc dù ông ta có một tật nhỏ là hay trễ hẹn, mỗi lần như thế ông ta lại rót mật vào tai cô bằng những lời lẽ như "Một khi chúng ta cưới nhau rồi, em sẽ trở thành phu nhân bác sĩ!" Trong bữa tối nọ, ông ta trễ hẹn đến hai tiếng. Cô nàng gọi điện cho bệnh viện thành phố để tìm gặp ông ta. Đầu dây bên kia trả lời rằng ở bệnh viện không có bác sĩ nào tên đó cả. Chuyện đổ bể. Cô tìm hiểu thêm thì khám phá ra là gã đó chẳng những không phải là bác sĩ, mà gã đã là một người cha với ba mặt con. Tử cú sốc đó trở đi, cô nàng trở nên lầm lì, ít nói, và không dám tin bất kỳ người đàn ông nào nữa!

Anh chàng J. làm việc cho một công ty nọ hơn mười năm. Với thâm niên như thế anh chắc chắn rằng mình sẽ sớm được cất nhắc lên vị trí quản lý. Với niềm tin vững chắc đó, anh sống như thể mình đã được thăng chức với mức lương cao hơn, và anh bắt đầu thói quen chi xài hoang phí hơn trước. Rốt cuộc, gánh nặng tài chính đổ lên vai anh khi vị trí quản lý mà anh mơ ước suốt mười năm được cấp trên giao cho một người khác ngoài công ty. Tức tối, anh bắt đầu làm giả sổ sách kế toán để bòn rút tiền công ty. Thực hiện âm mưu thành công được một tháng, anh cảm giác rằng người quản lý mới đang nghi ngờ mình. Mỗi ngày trôi qua là hai bốn giờ anh sống trong lo âu sợ hãi. Cuộc sống của anh Từ đó chẳng khác gì địa ngục. Ba lần anh định tự tử bằng cách nhảy xuống đường ray tàu điện ngầm để bị tông, nhưng đến phút cuối lại không dám làm!

Khi một người mang nặng trong lòng mình một vấn đề cảm xúc nào đó chưa được giải quyết, tâm trí họ hoàn toàn bận rộn và mất tập trung. Sự

mất tập trung này có thể dẫn đến những tình huống khó xử, sai sót hoặc tai nạn nguy hiểm trong công việc, ở nhà, trong khi ăn uống, khi đi bộ hay lái xe.

Cậu bé nọ đến tuổi dậy thì. Bố cậu ta bận đến nỗi không có thời gian ở bên con cái, chẳng quan tâm con mình làm gì và nó chơi với những ai. Buồn, cậu bé trở nên lêu lổng, không làm bài tập ở trường và viện đủ lý do để đi chơi. Đến khi nghe tin con trai mình bị cảnh sát bắt giam vì gia nhập một băng nhóm tội phạm thành niên, ông bố chết lặng. Chỉ trong vòng vài ngày kể Tử sau sự việc này, ông bố - vốn là một tài xế cẩn thận – vớ phải hai cái trát hầu tòa vì tội lái xe ẩu. Tâm trí ông thường xuyên bấn loạn khi nghĩ về đứa con trai tội nghiệp, dẫn đến mất tập trung khi lái xe. Lần thứ nhất, suýt chút nữa là ông tông vào một chiếc xe cảnh sát do chạy ngược chiều; lần thứ hai, ông lại chạy ẩu, mém tí nữa là tông hai đứa trẻ con đang băng qua đường!

Những vấn đề cảm xúc "nho nhỏ" như trên khiến người dân Mỹ thiệt hại hàng triệu đô-la mỗi năm. Và hàng nghìn người "tưởng là mình thành đạt" đang ngày một nhận ra rằng việc đề cao lý trí quá mức và xem nhẹ cảm xúc đã và đang khiến họ thất bại trong cuộc sống cá nhân.

Điển hình là K. một người đàn ông mẫn cán đang ngày đêm tận tụy với công ty riêng của mình đủ bảy ngày trong tuần suốt mấy năm trời. Ông đã chinh phục được bao nhiêu khó khăn và vượt qua biết bao nhiêu thử thách để gây dựng công ty và giàu có như ngày hôm nay. Sự quan tâm duy nhất mà ông K. dành cho vợ là những chiếc áo lông thú hàng hiệu, nữ trang kim cương và những món quà đắt tiền; trong khi bà K. không cần những thứ ấy. Bà cần tình yêu của chồng, muốn được chồng *khao khát*, nhưng ông

K. lại quá mải mê bận rộn với việc công ty. Bà K. vẫn vui vẻ nhận những món quà đẹp đẽ của ông tặng, và dùng chúng để... quyến rũ những người đàn ông khác nhằm thỏa mãn khát khao tình cảm củabà. Khôngngạc nhiên khi ông K. sốc nặng lúc bà vợđòi chia tay. Những lợi nhuận mà ông kiếm được nhờ mải mê trên công ty không thể nào bù đắp được những gì ông mất số tài sản phải chia cho vợ sau khi ly dị và mất đi một gia đình hạnh phúc!

Đã là con người thì ít nhiều sẽ phải vướng phải những vấn đề cảm xúc "trời ơi đất hỡi" trong cuộc sống, nhưng chỉ có vài người dám nhìn nhận chúng. Và số người biết hành động đúng đắn khi xảy ra xung đột cảm xúc thì vô cùng hiếm hoi. Hầu hết chúng ta vượt qua những vấn đề cảm xúc vô cùng khó khăn, khổ sở mà vẫn thiệt hại nặng nề và không có gì đảm bảo rằng chuyện sẽ không tái diễn.

Với những ai vướng phải các vấn đề cảm xúc tồi tệ nhưng lại nhìnnhận chúng như những sự xấu hổ hay nhục nhã, bi kịch chỉ càng thêm trầm trọng!

Phần lớn mọi người chọn cách chịu đựng những cảm xúc đau khổ trong im lặng. Họ Tử bỏ những niềm vui bản thân, khó chịu với mọi sự tận hưởng và suy nghĩ tiêu cực về bất kỳ ai họ tiếp xúc vì mất niềm tin.

Nhưng dù bạn có cố kìm nén những cảm xúc đó hay không, bạn vẫn phải sống, vẫn phải giao tiếp với mọi người chung quanh.

Khi đó, những lời nói và hành động của bạn sẽ vô tình giải phóng những cảm xúc tiêu cực mà bạn đang kìm nén, làm cho mọi chuyện trở tệ hơn và khiến cho những người giao tiếp với bạn cảm thấy khó chịu vì tự nhiên khi không, họ phải "lãnh đủ" mớ bòng bong cảm xúctiêu cựcmà bạn

đang ấp ủ.

Tuy vậy, người nào đi khuyên câu: "Ô không, bạn không được phép để bản thân mình bực tức" cũng xem như chẳng biết gì!

Bực dọc, đau khổ hay muộn phiền dù là lớn hay nhỏ, cũng đều là những phản ứng tự nhiên của con người.

Bạn không thể chống lại hay triệt tiêu chúng!

Việc thường xuyên tác động các Tử Huyệt Cảm Xúc một cách tiêu cực sẽ gây ra khổ sở và bất hạnh - nguồn gốc của mọi sự đau đớn và bệnh tật cả về thể xác lẫn tinh thần.

Bạn hạnh phúc hay bất hạnh, điều đó tùy thuộc vào những điểm mạnh và điểm yếu trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bạn.

Những vấn đề cảm xúc, sự phiền muộn cũng như đau khổ của con người có phạm vi gần như vô hạn: Tử những xung đột về tiền bạc, quyền lợi, mâu thuẫn hàng xóm láng giềng, sự khó chịu vì môi trường đông đúc ồn ào, sự phiền toái vì những vị khách không mong đợi cho đến những sự ghen tuông, cãi vã, lải nhải chuyện tiền nong, bực bội vì mất tự do trong hôn nhân, làm việc quá sức, sự cô đơn chán chường, không hòa hợp trong tình dục, những cử chỉ thiếu tôn trọng, những ngày xuixẻo bất thình lình và cả những mâu thuẫn lặt vặt giữa người này với người kia.

Trong phần lớn các trường hợp, nếu những cảm xúc tiêu cực bị tích tụ lâu ngày, cơ thể chúng ta sẽ chuyển hóa chúng thành những sự khó chịu hoặc bệnh tật về thểxác!

Thực tế và giới y học đã chứng minh rằng những cú sốc tình cảm, những cảm xúc tiêu cực như căng thẳng, đau khổ, phiền muộn chính là

nguyên nhân gây ra nhiều bệnh về tim mạch và hệ tuần hoàn, đau cơ và khớp xương, các rối loạn da liễu, dị ứng, đau bao tử, u xơ, viêm ruột kết, nhức đầu, cao huyết áp và nhiều bệnh khác.

Một người phụ nữ nọ đến gặp bác sĩ với chứng chán ăn. *“Cứ nhìn thấy nhiều đồ ăn là nuốt không trôi!"* - cô than phiền. Các bác sĩ tìm hiểu và khám phá ra nguyên nhân vì sao cô gái bất ngờ chán ăn trong khi sức khỏe cô vẫn bình thường: Do cô là một người có tính cách hòa đồng, cả nể ai kêu gì cũng giúp, nên người nhà và bạn bè cô thường lợi dụng điều đó để nhờ vả cô hết chuyện này đến chuyện kia. Nhiều việc quá khiến cô bị quá tải về mặt cảm xúc, đến nỗi nhìn thức ăn ngon mà cũng thấy ngán. *Thế là cô bỗng dưng mắc bệnh chán ăn***.**

Sau khi khám phá ra rằng chứng chán ăn của người phụ nữ đó có nguyên nhân tâm lý như trên, bác sĩ đã đưa ra lời khuyên phù hợp cho cô. Cô làm theo, thế là ăn uống bình thường trở lại!

Nói một cách ví von, nếu bạn luôn cho rằng cổ mình có vấn đề và bị ám ảnh bởi suy nghĩ đó theo thời gian, thì đến một lúc nào đó, cổ của bạn sẽ bị *đau thật!*

Trong nhiều trường hợp khác, những cảm xúc tiêu cực có thể chuyển hóa thành nhiều triệu chứng đau đớn trầm trọng về mặt thể xác mà đến những sự chuẩn đoán chuyên môn của bác sĩ cũng chưa chắc xác định được chính xác.

Một bác sĩ dinh dưỡng Từng kể tôi nghe về một bệnh nhân bị nổi mụn rộp đỏ chỉ trên một ngón tay.

Người bệnh nhân đó đã đi khám ở nhiều phòng mạch bác sĩ khác nhau.

Những cuộc thử nghiệm không cho thấy kết quả gì bất thường nhưng mụn rộp vẫn cứ nổi đầy trên ngón tay đó của ông ta.

Có một vị bác sĩ nọ Từng có kinh nghiệm về các bệnh tật do tâm lýmới hỏi nam bệnh nhân này về tình trạng hôn nhân của ông ta. Người bệnh nhân mới kể rằng ông ta chán vợ và đang tìm mọi cách để buộc bà ấy ký đơn ly dị. Sau đó, ông ta nhìn lại những chỗ mụn rộp của mình. *Chúng tập trung trên ngón tay giữa của bàn tay trái!*

Phần lớn những cảm xúc tiêu cực, đau khổ, bực tức và muộn phiền đều là hậu quả của giao tiếp thất bại. Chúng có thể xuất hiện và tồn tại ngang nhiên chính là bởi chúng ta không hiểu được những cảm xúc của chính mình cũng như của đối phương *trước khi* giao tiếp.

Tôi đã có kinh nghiệm tiếp xúc với hàng nghìn người khác nhau, Từ đàn ông, phụ nữ, trẻ em, cho đến những người khuyết tật. Kinh nghiệm của tôi nói rằng chúng ta đánh mất nhiều cơ hội để vui vẻ, hạnh phúc và thăng tiến chủ yếu bởi những gì chúng ta lỡ miệng nói ra chứ không phải những gì chúng ta làm.

Những cảm xúc tiêu cực cố hữu xuất hiện trong mỗi con người kể Từ khi chúng ta còn nhỏ, cụ thể là những khi người khác vô tình chọc giận chúng ta với mật độ thường xuyên. Theo thời gian, khi chúng ta lớn lên, những cảm xúc này trở nên cố định và khó bỏ.

Thực chất, những đau khổ, bực tức và muộn phiền của chúng ta không phải do bản thân cảm xúc gây ra. Chúng được tạo ra tùy vào cách chúng ta định hướng hoặc chọc ngoáy những nhu cầu cảm xúc của chính mình.

"Cứ MƯỜI người thì cả thảy MƯỜI người Từng khổ sở vì những vấn

đề cảm xúc! Chừng nào con người còn dùng ngôn ngữ và hành động để giao tiếp, chừng đó sẽ còn có những phản ứng xúc cảm gây ra những vấn đề cảm xúc khó lường"!

Mỗi người trong chúng ta nên tự xác định cho mình đâu là những *điều quan trọng nhất* đối với bản thân mình *về mặt cảm xúc.*

Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, chúng ta sẽ dễ dàng làm được điều này bằng cách tìm hiểu và cân đo đong đếm Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong chính mình - những yếu tố quan trọng góp phần hình thành tính cách của chúng ta.

Một khi hiểu được bản thân, chúng ta sẽ dễ dàng hòa hợp những nhu cầu cảm xúc của mình với những mong muốn cảm xúc của đối phương. Từ đó, chúng ta sẽ có thể chèo lái các cuộc giao tiếp của mình hiệu quả hơn, biết thuyết phục người khác khéo léo hơn và được mọi người yêu mến nhiều hơn.

Đồng thời, việc hiểu được bản thân cũng giúp chúng ta dễ dàng kiểm soát được những cơn bốc đồng tiêu cực của cảm xúc trong những tình huống ngoài dự kiến.

Chúng ta nên bắt đầu việc này như thế nào?

Bước đầu tiên quan trọng chúng ta cần làm chính là hãy luôn nhớ rằng, thứ "vũ khí" lợi hại nhất của chúng ta trong giao tiếp cũng như phương thuốc phòng bệnh cảm xúc" hiệu quả nhất của chúng ta trong cuộc sống chính là nghệ thuật Thôi Miên Cảm Xúc - khả năng xui khiến người khác phải lắng nghe và làm theo những gì chúng ta nói!

Chương 9

Làm chủ mọi tình huống giao tiếp bằng nghệ thuật đặt câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc

Bạn có giao tiếp chỉ để được mở miệng cho đỡ buồn hoặc dỏng tai nghe cái gì đó cho đỡ chán?

Hẳn là không rồi. Làm thế thì đúng là phí thời gian vô ích.

Ấy vậy mà, bạn nghĩ xem, có bao nhiêu lần trong đời chúng ta *lắng nghe* người khác với tâm trí *hoàn toàn* tập trung vào những điều họ nói?

Bao nhiêu lần trong giao tiếp, chúng ta để đầu óc mình "lên mây để rồi sau đó bất ngờ "tiếp đất" với vài câu nói cửa miệng kiểu như *"Ơ...bạn vừa nói gì cơ?"* hoặc *"Bạn có thể nói lại cho mình nghe kỹ hơn được chứ?"*

Và vô số những cuộc đối thoại mà trong đó, tất cả những gì chúng ta có thể đáp trả người nói chỉ là những cái gật đầu cụt ngủn và chiêu lệ kiểu như *"ừ!", "Vâng!", "Đúng rồi!"* hoặc *"Ờ há"?*

Người ta đang nói chuyện với chúng ta, nhưng chúng ta có *thực sự* lắng

nghe?

Bạn có nhận thấy rằng, bạn chỉ có thể thích thú với những gì người khác nói khi và chỉ khi bạn chịu khó tập trung lắng nghe và cho nó cơ hội để cuốn hút bạn? Bạn có nghĩ rằng, chúng ta sẽ *học hỏi,* tiến bộ và *nhớ* được nhiều điều bổ ích Tử mọi người hơn nếu chúng ta biết *lắng nghe* hiệu quả?

Những câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc, nếu được đặt ra đúng lúc và đúng thời điểm, sẽ có tác dụng cuốn hút và khiến người khác *phải* lắng nghe bạn.

Đó là những câu hỏi chứa đựng quyền năng đánh động Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương, có khả năng giúp bạn kiểm soát tình huống giao tiếp, cải thiện Tính Cách và kỹ năng Thuyết Phục của bản thân, và quan trọng là chúng khiến cho người khác phải nhớ đến *bạn, sản phẩm*hay *dịch vụ* của bạn!

Trong phạm vi của cuốn sách này, tôi sẽ chia sẻ cho các bạn Sáu Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên. Đầu tiên, bạn cần biết lợi ích cũng như những ưu thế Giao Tiếp tuyệt vời mà sáu nguyên tắc đó sẽ mang lại cho bạn, đó chính là:

1. Câu hỏi là công cụ hiệu quả để thâm nhập tâm trí con người và khiến họ chú ý ngay lập tức

Chỉ một câu hỏi đơn giản như *"Xin chào, bạn vẫn khỏe chứ?"*cũng đủ sức khiến bạn chú ý và đáp lại. Tương tự là các câu hỏi thường gặp trong cuộc sống như *"Đây là tầng 2 phải không?"* hoặc "*Bộ thích bị xô đẩy lắm sao?"*

Đây chính là ưu thế giao tiếp cơ bản mà một câu hỏi đơn giản bèo bọt

nhất cũng có thể cung cấp cho bạn: tiếp diễn cuộc đối thoại và khiến cho đối phương có một sự hồi đáp.

2. Câu hỏi khiến cho người nghe phải quan tâm và suy nghĩ

""Connie" có phải là tên của bạn?"... "Cô thích dùng gì, trà hay cà phê?"... "Chiếc vòng tay đó thật đẹp. Tớ có thể nhìn nó kỹ hơn được chứ?"... hoặc "Tại *sao cái này lại đắt tiền hơn cái kia?"*

Với những câu hỏi như thế này, người nghe buộc lòng phải *suy nghĩ* trước khi trả lời.

Khi đó, người nghe sẽ ở thế*"phòng thủ*" để suy nghĩ câu hỏi của bạn, còn bạn sẽ có thêm thời gian và cơ hội để chuẩn bị câu nói hoặc hành động kế tiếp của mình.

Trong giao tiếp, những *khoảng thời gian* nghỉ như thế này có thể tạo lợi thế quan trọng cho bạn. Bạn có thể tranh thủ những khoảng lặng này để lên kê hoạch cho những gì mình sẽ nói kế tiếp, xem xét tình huống, trì hoãn hoặc khiến cho đối phương bối rối một cách có chủ đích, hoặc thậm chí để bảo vệ bản thân và tài sản của mình, bằng cách thương thuyết và khiến kẻ tội phạm đổi ý!

Một học viên nữ của tôi Từng gặp cướp giữa ban ngày. Tên cướp có súng và che mặt bằng khăn mùi xoa.

Cô học viên của tôi làm theo những yêu cầu của tên cướp nhưng vẫn giữ được bình tĩnh và mỉm cười đặt câu hỏi với hắn. *"Đấy là cách kiếm tiền duy nhất của anh sao?"* cô ấy hỏi tên cướp... *"Đi kiếm tiền bằng súng kiểu này chẳng phải là quá nguy hiểm* à?"... *"Anh đã bao giờ bị cảnh sát bắt?"... "Đó có phải là loại súng mà mấy chàng cao bồi trên phim hay sử dụng?"*

Tên cướp vừa phải dọn đồ thật nhanh, vừa phải giữ vẻ đáng sợ với nữ học viên của tôi và vừa phải trả lời các câu hỏi của cô ấy, thế là hắn lúng ta lúng túng. "Chết tiệt thật! Cô làm tôi cuống cả lên đây này!"

Cuối cùng, hắn bỏ đi một cách bực bội mà chẳng lấy thứ gì.

Những câu hỏi của cô khiến hắn phải phòng thủ. Cô học viên của tôi đã đập tan thế tấn công - tức ý định cướp của - của hắn. Bằng cách khiến hắn phải trả lời câu hỏi, cô *có thêm* thời gian - trong khi hắn bị *mất* thời gian, đồng nghĩa với nỗi lo sợ và nguy cơ bị bắt sẽ tăng.

Cô đã *thâm nhập* thành công vào tâm trí tên cướp... và hắn buộc phải đổi ý!

Tội phạm cũng chỉ là những con người bình thường như chúng ta, là những sinh vật có cảm xúc. Chúng không thể làm nhiều việc một lúc cũngnhư không thể suy nghĩ hai việc khác nhau trong cùng một thời điểm.

Tóm lại, câu hỏi có tác dụng đặt người nghe vào thế phòng thủ - và giữ họ ở đó để bạn dễ bề "tiến công" theo ý mình.

3. Câu hỏi tạo điều kiện cho người nghe được nói

Con người ta ai cũng thích được nói để thể hiện mình, đặc biệt khi họ biết câu trả lời.

"Bạn có gặp khó khăn gì khi tìm đường đến nhà chúng tôi?".- "Bạn thích sống ở đâu hơn, thành phố lớn hay thị trấn nhỏ?",.. "Nếu bạn có thêm một đứa con trai nữa, bạn có muốn nó trở thành giáo viên giống bạn hay không?"

Trên đây là một số câu hỏi bạn có thể dùng để khiến cho người nghe hào hứng trò chuyện với bạn. Những Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên

mà tôi sắp trình bày ở phần sau sẽ chứng minh cho bạn thấyưu thế thứ ba này lợi hại như thế nào trong việc giúp bạn nâng cao kỹ năng thuyết phục bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc và khiến cho đối phương trở thành đồng minh của mình!

4.Câu hỏi khơi gợi sự quan tâm của người nghe đối với chủ đề bạn nói

Nhất là những khi cuộc trò chuyện hoặc phần trình bày của bạn đang có dấu hiệu nhàm chán, việc đặt câu hỏi sẽ giúp kích thích phản hồi Tử khán giả và làm cho họ tiếp tục chú ý.

"Các anh chị có để ý thấy rằng thiết bị công phu này chỉ có ba nút?" "Nó là thiết bị nhỏ gọn nhất mà anh chị Từng thấy, đúng chứ?" hoặc *"Các anh chị đoán xem nó có giá bao nhiêu tiền?"*

"Tại sao mọi người lại quyết định đi Hawaii vậy?"... "Chẳng phải ở đâychúng ta vẫn có thể xem trình diễn điệu nhảy hula kia mà?"... "Giá cả ở Hatwaii có đắt hơn ở đây không?

5.Câu hỏi giúp củng cố sự đồng tình của người nghe

Việc đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi giúp bạn rút ngắn được thời gian thuyết phục vì người nghe sẽ không phải mất công đoán mò về sự vật hoặc sự việc đang được nói đến. Những câu hỏi cũng giúp bạn định hướng lời nói và hành động của mình về phía những gì người nghe đang *thực sự* nghĩ trong đầu.

Câu hỏi: *"Vì sao anh lại không thích ăn tối ở nhà Eleanor?"*

Trả lời: *"Bà ta mời chúng ta đến chủ yêu để làm mai cho con gái của bà ta với con trai chúng ta mà thôi."*

Nhờ đó, bà vợ biết được lý do thực sự vì sao chồng mình không muốn đi ăn tối ở nhà đó. Một khi bạn áp dụng được điều này trong giao tiếp nói chung, những lời nói và hành động của bạn sẽ trở nên thuyết phục hơn và cuộc giao tiếp sẽ hiệu quả hơn rất nhiều.

Trở lại tình huống ví dụ trên, bạn có thể thấy mọi chuyện sẽ lung tung và bất nhất cỡ nào nếu bà vợ không hỏi thẳng chồng mình mà cứ *đoán mò* và suy diễn: "Chắc là ảnh không thích đi ra ngoàitrong một buổi tối trời lạnh thế này!"... "Chúng ta sẽ phải tốn tiền mua quà cho bà ta!"... hoặc "Chẳng có lý do gì để gặp bà ta!"... "Ôi chao, lão chồng bà ta "chán như con gián"!"

6. Câu hỏi sẽ giúp bạn điều khiển tâm trí người nghe và định hướng họ về phía kết luận mà bạn muốn

"Nếu bạn không vươn lên trong cuộc sống, bạn sẽ bị tụt lại phía sau. Điều này là thật, đúng chứ?"

Nêu bạn hỏi khán giả câu trên, bạn nghĩ họ sẽ cảm nhận hoặc trả lời thế nào?

"Tại sao lại như thế?"

Bạn lại hỏi: "Bao nhiêu người trong số các anh chị và các bạn Từng nghe nói đến một Nguyên Tắc Vàng có tên gọi là *"Hành động vì cộng đồng?"*

Khi đó, tâm trí của khán giả sẽ nghĩ và miệng của họ sẽ phát ra câu trả lại đại loại là: "Rồi!"

"Chúng ta có nên chỉ ngồi một chỗ và không làm gì cả trước tình huống này?" bạn lại hỏi đám đông. *"Chúng ta thừa biết rằng hậu quả của*

sự hờ hững này là bản thân chúng ta và cả con cái chúng ta sẽ gặp nguy hiểm mỗi ngày, phải chứ? Do vậy, tôi xin hỏi lại quý vị, chúng ta có nên chỉ ngồi một chỗ và không làm gì cả hay không?"

Những câu hỏi của bạn có thể dẫn dắt khán giả đến câu trả lời mà bạn muốn, là "Không!", hoặc "Có!", thậm chí là "Tuyệt đối không!"

Khi đó, bạn đang để cho khán giả của mình được dấn thân vào câu chuyện và hành động theo chủ ý của bạn.

Một khi họ trở thành một phần câu chuyện của bạn, hiển nhiên làhọ sẽ đồng ý với "kịch bản" của bạn.

Bạn vừa làm một việc đáng ngưỡng mộ là *thâm nhập* và *dẫn dắt* tâm trí người nghe bằng Câu Hỏi; để Từ đó, người nghe sẽ phải *thay đổi* tâm trí của mình theo ý bạn để Trả Lời!

7. Đặt câu hỏi là một cách ghi nhận sự tham gia đóng góp của khán giả hay người nghe

Khi bạn dùng câu hỏi để xin ý kiến khán giả hoặc người nghe và họ trả lời bạn, cả hai bên đã thiết lập nên một mối giao cảm và sự tương tác *lẫn nhau*.

Tại sao điều này lại quan trọng nhỉ?

Vì nó chứng tỏ rằng bạn thực sự quan tâm và *cần* đến người nghe, rằng họ thực sự quan trọng vói bạn.

Tôi đã chia sẻ với bạn trong những chương trước rồi đấy, Danh Tiếng là một tử huyệt lợi hại thuộc Bộ Tứ. Khi bạn đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của khán giả hoặc người nghe một cách tích cực, tức là làm cho họ cảm thấy mình quan trọng, người được lợi chính là bạn.

Khi đó, bạn khẳng định vai trò quan trọng của khán giả đối với mình... còn họ thì có cơ hội được khẳng định *chính mình*

Con người ai cũng mong muốn sự đóng góp của mình được công nhận dù là nhỏ nhất. Việc đặt câu hỏi cho bạn cơ hội được làm điều này với khán giả của mình!

8. Câu hỏi giúp người nghe tập trung vào những gì bạn nói

Để giao tiếp thành công, bạn luôn phải đảm bảo người nghe chú ý đến những gì mình nói và không bị mất tập trung bởi những yếu tố khác ngoài bạn ra.

Và bạn có thể làm được điều này bằng cách đặt câu hỏi!

Mất tập trung trong giao tiếp là "chuyện thường ngày ở huyện". Bạn nghĩ thế nào khi quá trình thương thảo hợp đồng giữa bạn và đối tác đang diễn tiến tốt đẹp... đối tác đang rất hài lòng... hợp đồng sắp được ký kết và... BÙM!

Điện thoại bỗng đổ chuông... một cái đèn bị đứt bóng... hoặc ai đó bất ngờ gõ cửa, gây náo loạn cảm xúc của người trong cuộc và khiến cho tình thế hay cục diện bị thay đổi!

Tưởng tượng xem, bạn đang phải thuyết phục Susie đảm nhận vị trí chủ tịch ban gây quỹ của công ty mình thì bỗng dưng, cậu con trai 5 tuổi của cô ấy nhảy xổvào phòng la khóc ầm trời chi vì không làm saogỡ được một chiếc tất vướng trên đầu do bị cậu bạn kia chơi khăm.

Thế là đối tượng giao tiếp của bạn bị phân tâm và mất tập trung. Và giờ là lúc bạn phải dẫn dắt tâm trí của họ trở lại với *bạn!*

Phải làm gì bây giờ?

"Mấy cuộc điện thoại này vui nhỉ, đặc biệt khi chúng reng ngay lúc chúng ta đang bàn bạc?"”Cô có biết tôi đã nghĩ gì không lúc nghe thấy tiếng gõ cửa của anh ta? "Susie, cô có nhận thấy rằng việc gây quỹ và nuôi dạy trẻ con cũng có nhiêu vấn đề giống nhau?"

Một câu hỏi khéo léo *ngay lập tức* sẽ giúp bạn giành lại sự chú ý của người nghe. Thậm chí, nó giúp bạn loại bỏ nguy cơ xảy ra xung đột do cảm xúc của người trong cuộc đột ngột bị ngắt quãng bởi các tác nhângây mất tập trung.

Chỉ cần một hoặc hai câu hỏi "lặp lại trật tự" ngay lúc đó sẽ giúp bạn tiếp tục câu chuyện đang nói dở một cách suôn sẻ.

Tóm lại, *để kiểm soát cuộc giao tiếp sau khi người nghe bị phân tâm, hãy đập tan sự mất tập trung của họ bằng những câu hỏi phù hợp với tình huống!*

9. Câu hỏi là một cách ra lệnh khéo léo và hiệu quả

Có năm người đứng trước mặt bạn.

"Đưa tôi quyển sách của bạn nào!" bạn yêu cầu Người Số 1. *"Tôi muốn đeo thử chiếc đồng hồ của bạn. Cho tôi mượn nó một xíu nhé!"* bạn nói với Người Số 2. *"Nhặt tờ giấy đó lên đi nào!"* bạn ra lệnh cho Người Số 3.*"Xin lỗi, tôi có thể mượn xem chiếc nhẫn của bạn một chút được không?"* bạn hỏi Người Số 4. *"Lấy giùm tôi cây viết!"* bạn yêu cầu Người Số 5.

Bốn trong số năm người tức giận trước những yêu cầu của bạn. Họ nghĩ: Thằng đó nghĩ *nó* là ai mà có quyền ra lệnh cho mình?"

Chỉ có Người Số 4 không những không tức giận mà còn quý bạn. Vì

cô ấy là người duy nhất bạn *đặt câu hỏi!*

Trong khi đó, bạn lại *ra lệnh* cho bốn người kia, khiến họ không hài lòng.

Đừng ra lệnh hay bắt người khác phải làm gì cho mình; mà hãy *hỏi* ý họ!

Đặt câu hỏi chính là Thôi Miên Cảm Xúc. Vì khi đó, người nghe có quyền được quyết định. Trong khi đó, khi bạn *ra lệnh*, bạn mới là người quyết định, và điều này sẽ khiến người nghe cảm thấy khó chịu vì bị áp đặt.

Hãy làm cho người nghe cảm thấy mình quan trọng *hơn* bằng cách *hỏi* họ! Tại sao lại gây ra những sự phiền lòng không đáng có chi vì vài câu ra lệnh khinh suất?

Trong văn chương cũng như ngôn ngữ, dấu chấm hỏi có quyền năng thuyết phục hơn cả dấu chấm than!

Về mặt cảm xúc, con người luôn *muốn* mình được hỏi ý kiến. Và một khi bạn chịu mở lời hỏi họ, họ sẽ có xu hướng đồng ý *làm* điều bạn nhờ.

Hãy dùng câu hỏi thay cho những mệnh lệnh! Chỉ cần đặt câu hỏi bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, những yêu cầu của bạn sẽ trở nên thuyết phục hơn và người đối diện sẽ quý mến bạn hơn.

10. Câu hỏi giúp củng cố sự tự tin của chính bạn

"Câu hỏi là đầu câu chuyện" - Đặt câu hỏi giúp bạn *mở đầu* một cuộc trò chuyện, *điều khiển* một cuộc giao tiếp hoặc đề xuất cuộc hẹn kế tiếp. Đặt câu hỏi giúp bạn dễ dàng mở đầu một bài thuyết trình hay diễn văn, thiết lập các mối quan hệ, tình bạn, tình yêu, các giao dịch mua bán, kiếm được công việc ưng ý, tìm thấy sự hài lòng và có được nhiều cơ hội trong

cuộc sống.

Trong quá trình rèn luyện kỹ năng đặt câu hỏi thôi miên bạn cũng đồng thời học được cách tự chủ và tự tin hơn trong mọi tình huống giao tiếp!

Kể cả khi bạn gặp phải rủi ro hoặc những sự cố ngoài ý muốn, kỹ năng đặt câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn giải quyết mọi vấn đề dễ dàng hơn bạn tưởng.

Chẳng hạn, bạn đi uống cà phê với bốn người bạn vào một buổi chiều nọ. Cuộc trò chuyện xoay quanh chủ đề đọc sách.

Mặc dù bạn cũng là một mọt sách thứ thiệt, nhưng bạn chưa có thời gian xem tác phẩm mới nhất của Skipdunk "*Anh Ta Về Nhà với Bảy Bộ Phận*" mà chỉ mói đọc một bài bình luận tác phẩm trên báo mà thôi.

Một anh bạn bất chợt hỏi bạn về nội dung truyện: "*Cậu nghĩ sao về Ophelia, cô hầu gái phục vụ cho ông chồng thứ năm của bà nhân vật chính?*"

Bạn không biết nhiều về nhân vật Ophelia này, nhưng bạn cũng không muốn mất mặt trước bạn bè, nhất là với cô bạn nhiều chuyện Minnie J. ngồi ngay cạnh bạn. Một cách khôn ngoan, bạn tự cứu mình một bàn thua trông thấy nhờ kỹ năng đặt câu hỏi.

"Cô hầu gái Ophelia à? Tôi không rõ nữa", bạn trả lời. *"Nhưng tôi đang tự hỏi, liệu các bạn có thể giúp tôi trả lời một câu hỏi còn quan trọng hơn thế?"*

"Đó là gì?" Minnie J. nhanh nhảu.

"Bạn có nghĩ rằng "Anh Ta Về Nhà với Bảy Bộ Phận" là tác phẩm hay

nhất của Skipdunk?"

Câu hỏi này sẽ xoay chuyển cuộc trò chuyện theo hướng khác, và cũng nhờ nó mà bạn không phải mất thể diện trước mặt chúng bạn.

Trong trường hợp này, bạn đã tuân thủ các nguyên tắc đặt câu hỏi (mà tôi sắp trình bày ở phần kế), vận dụng tình huống phù hợp và làm cho mọi người có cảm giác là bạn am hiểu cuốn sách dù thực sự bạn chưa hề đọc nó.

Đã là con người, chẳng ai vui vẻ gì khi bị mất mặt, kể cả bạn!

Một khi được định hướng và vận dụng đúng đắn, kỹ năng đặt câu hỏi không chỉ giúp bạn giữ thể diện, mà còn có tác dụng vun bồi sự tự tin của bạn một cách nhanh chóng và chắc chắn trong cuộc sống!

Những nguyên tắc đặt câu hỏi sau đây sẽ đảm bảo giúp bạn rèn cho mình kỹ năng nói chuyện lợi hại khiến bạn "bách chiến bách thắng" trong mọi tình huống giao tiếp!

Sáu Nguyên Tắc đặt Câu Hỏi Thôi Miên

Chừng nào bạn còn sống trên đời, chừng đó bạn sẽ còn giao tiếp, trò chuyện và tương tác với mọi người, đúng chứ? Và hẳn là bạn luôn muốn người khác hồi đáp lại những gì bạn nói?

Hãy đặt câu hỏi, và bạn sẽ được toại nguyện.

Bạn có thể dễ dàng xui khiến người khác làm điều mình muốn chỉ bằng cách khéo léo dẫn dắt họ bằng các câu hỏi. Nhưng để làm được như thế; bạn cần phải biết "luật chơi".

Bạn cần phải *ghi nhớ* Sáu Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên

sau,*phối hợp* chúng *với nhau* và *luôn sẵn sàng* áp dụng chúng trong mọi trường hợp.

Một khi bạn học được cách đặt *đúng* câu hỏi, bạn sẽ khám phá ra một con người *mới* hơn của chính mình. Kể cả những người nghe hay khán giả khó tính nhất cũng vẫn phải nhìn nhận sự việc theo cách *của bạn* thông qua những câu hỏi thuyết phục Tử bạn.

Sau đây là sáu nguyên tắc thần kỳ đó:

1. Đặt những câu hỏi mà bạn biết chắc là mình sế nhận được câu trả lời như mong muốn

Chẳng hạn, nếu bạn hỏi một bà mẹ làm nội trợ rằng: *"Chị có mong muốn mình có nhiêu thời gian hơn để nghỉ ngơi thư giãn thay vì cứ làm quần quật hết việc này đến việc kia?"* Chắc chắn bà ấy sẽ trả lòi "Có". Đó cũng là một câu hỏi thôi miên, vì nó đánh động một Tử Huyệt Bản Thân, tức nhu cầu được nghỉ ngơi của người nghe!

Nếu bạn hỏi một nhà quảng cáo rằng: *"Ổng có mong muốn trở thành người dẫn đầu của ngành công nghiệp quảng cáo hiện nay?"* Chẳng có nhà quảng cáo nào thần kinh đến nỗi trả lời "Không." Lưu ý rằng đây cũng là một câu hỏi thôi miên, vì nó nhắm đến khao khát về mặt vật chất (tức Tiền Bạc) và cả quyền lực (tức Danh Tiếng) trong đó.

Bạn còn nhớ câu hỏi của nhà tuyển dụng nọ dành cho các ứng viên vị trí tiếp thị trực tiếp ở Chương 6 rằng: *"Anh có sẵn sàng trải qua năm tháng làm việc cường độ cao để có được một tương lai vững chắc ở công ty chúng tôi với mức lương 6.000$ một năm?"* Phần lớn các ứng viên nghĩ ngay đến từ "Có" sau khi nghe xong câu hỏi. Lần nữa, đây cũng là một câu

hỏi thôi miên, với Lời hứa hẹn Tương Lai và Tử Huyệt Tiền Bạc được lồng ghép trong đó!

2. Đó phải là một câu hỏi mà khán giả hoặc người nghe trả lời được

Mọi người sẽ cảm thấy phiền nếu bạn hỏi họ những điều mà họ không thể trả lời. Mặt khác, câu hỏi thôi miên là những câu hỏi mà ở đó người đối diện có cơ hội được thể hiện bản thân hoặc kiến thức của mình. Áp dụng nguyên tắc này đồng nghĩa với việc tận dụng những thông tin hiển nhiên về đối tượng giao tiếp của bạn để đưa ra câu hỏi phù hợp.

Chẳng hạn, khi bạn giao tiếp với một người đánh cá, hãy hỏi ông ta: "*Loại mồi câu ưa thích nhất của bác để câu được cá hồi là gì?"*

Với một giám đốc điều hành, hãy hỏi một câu đại loại như: *"Theo quan điểm của anh, đâu là những phẩm chất quan trọng nhất để thành đạt?"*

Một nữ ứng viên xin việc hỏi nhà tuyển dụng: *"Anh là một chuyên gia nhân sự phải không?"* "Không", người phỏng vấn trả lời. "Tôi làm trong bộ phận thiết kế." Câu hỏi kế tiếp của cô gái dựa trên thông tin hiển nhiên vừa nhận được: *"Em muốn hỏi ý kiến anh là, anh có cho rằng việc sử dụng nghệ thuật ảnh động trong quảng cáo thì sẽ thuyết phục và thu hút công chúng hơn so với ảnh tĩnh hay không?"* Mặc dù đang rất bận rộn, người phỏng vấn vẫn mỉm cười và đáp lại câu hỏi của nữ ứng viên, đồng thời tranh thủ cơ hội thể hiện kiến thức của mình đối với một đôi tai đang rất lắng nghe. Anh ta biết câu trả lời chứ? *Chắc chắn rồi,* vì đó là nghề của anh ta mà. Kết quả là, anh có ấn tượng đặc biệt với cô gái này hơn hẳn những ứng viên xin việc khác vì cô là người duy nhất *thiết lậpmột mối giao*

cảm với anh và cho anh lý do để nhớ đến cô. Thế là cô gái đótrúng tuyển! *Nhờ ứng dụng nguyên tắcsố hai này kết hợp với những nguyên tắc đặt câu hỏi thôi miên khác, cô gái ấy đã tạo cho mình một lợi thế cạnh tranh vượt trội so với những người khác và giành chiến thắng.*

3. Sử dụng câu hỏi dẫn dắt những khi cần

"Câu hỏi dẫn dắt" là câu hỏi bao gồm cả câu trả lời bạn muốn nghe Tử đối phương trong đó. Nó chỉ nhằm mục đích nhấn mạnh thông điệp đó *thêm một lẫn* nữa vào trong tâm trí đối phương cũng như nhắc họ phải nhớ về nó. Rất dễ dàng để tạo ra một câu hỏi dẫn dắt. Bạn chỉ cần đặt câu khẳng định mà mình muốn, rồi biến nó thành câu hỏi bằng cách thêm các cụm từ như "phải không?" "đúng chứ?" hoặc "phải chứ?" chẳng hạn.

Bạn muốn nói chuyện với một người có thể hiểu rõ những vấn đề hiện tại của mình, đúng chứ?"

"Quả là một sự lựa chọn tuyệt vời phải chứ?"

"Hôm nay là Thứ Ba ngày 16, đúng không?"

"Tôi nhớ là anh mặc một bộ vest màu nâu hạt dẻ được thiết kế riêng trong lần gặp trước của chúng ta, phải chứ?"

4. Liên hệ câu hỏi của mình với người nghe, thời gian và bối cảnh cuộc giao tiếp

"Bạn muốn tống khứ hết sâu hại và cỏ dại ra khỏi khu vườn thân yêu của mình mãi mãi, đúng chứ?" là một tiêu đề quảng cáo kiêm câu hỏi thôi miên ứng dụng gần như cả sáu nguyên tắc tôi đang trình bày ở đây. Câu quảng cáo này đã giúp thu hút được rất nhiều khách hàng bước vào các quầy bán dụng cụ làm vườn trong trung tâm thương mại. Nhưng nếu bạn di

dời câu quảng cáo này qua quầy hàng bán mũ nón thời trang dành cho phụ nữ, bảo đảm nó sẽ bị vứt sọt vì vô dụng.

Lúc bây giờ, nước Cộng hòa Thụy Sĩ là quốc gia cuối cùng ở Châu Âu còn cấm phụ nữ tham gia chính trị. Lý do cho sự trì hoãn này như sau:
Thụy Sỹ tổ chức một cuộc thăm dò toàn quốc nhằm trưng cầu dân ý một đề xuất mới của chính phủ liên quan đến việc có nên cho phép phụ nữ đi bầu cử và tham gia chính trường hay không. Tất cả cử tri đều là nam giới.
Trước ngày bầu cử, nhiều tấm áp-phích được treo khắp cả nước ở những vị trí đắc địa. Nội dung của những tấm áp-phích này gồm hai câu hỏi hết sức thuyết phục như sau: *"Nếu một phụ nữ cảm thấy hạnh phúc, chính trị có nghĩa lý gì với cô ấy?" Nếu người phụ nữ không hạnh phúc, thì chính trị có làm được gì cho cô ấy chăng?"* Các nam cử tri chiếm thế áp đảo và chống lại đề xuất, do vậy mà lúc bấy giờ phụ nữ Thụy Sỹ vẫn chưa có quyền đi bầu cử như nhiều nước châu Âu khác. Như tôi Từng đề cập Tử trước, Thuật Thôi Miên Cảm Xúc vừa là một thứ vũ khí chính nghĩa giúp cho cuộc sống con người tiến bộ và tốt đẹp hơn, nhưng nó cũng có thể là công cụ phục vụ cho những mưu đồ tiêu cực, gây kìm hãm sự phát triển của con người!

Hẳn bạn còn nhớ ví dụ về người chủ của một hiệu chụp ảnh mà các cô gái độc thân thường ra vào để hỏi giá mà tôi đã trình bày trong chương 6.
Ông ta thành công trong việc thu hút khách hàng vào tiệm cũng nhờ áp dụng nguyên tắc đặt câu hỏi thứ tư này. Khi các cô gái bước vào tiệm, người chủ tiệm đã hỏi: *"Các cô có biết lý do vì sao chúng tôi được gọi ỉà 'những nhiếp ảnh gia của may mắn' không?"* Trong khi các cô gái mỉm cười trả lời "Không", ông ta lấy ra bốn năm tấm ảnh cưới của những khách hàng trước và nói: *"Những cô gái này đã đến chỗ chúngtôi chụp ảnh chân*

dung trước đó. Chưa đầy một năm sau, họ có một đám cưới ngập tràn hạnh phúc như thế này!" Và thế là hiệu ảnh ấy lãi to! Câu hỏi của người chủ hiệu ảnh không chỉ nhắm đúng đối tượng là những cô nàng độc thân, mà còn tác động ngay từ Huyệt Tình Yêu của các cô ấy, nơi mà các cô sẽ dễ dàng tiếp nhận thông điệp và quyết định chọn dịch vụ chụp ảnh của tiệm ông ta. Trong trường hợp này, câu hỏi đó thành công là bởi nó được thốt ra đúng Thời Điểm, hợp Bối Cảnh và quan trọng là đúng Đối Tượng người nghe. *Và thế là các cô nàng độc thân chọn ngay hiệu ảnh đó rnà không còn quan tâm đến giả cả Tiền Bạc như cách đó vài phút nữa.*

5 Gắn kết nội dung câu hỏi với những gì bạn nói

Câu hỏi của bạn liên quan đến từ Huyệt Cảm Xúc chủ đạo nào thì hãy trò chuyện với đối phương xung quanh vấn đề đó.

"Bạn có muốn mình khỏe mạnh hơn?"(Bản Thân)

"Bạn đã bao giờ nhìn thấy một tấm thiệp Giáng Sinh độc đáo như thế này?"(Tình Yêu-Trải Nghiệm Mới)

"Anh có mong con gái mình trở thành ngôi sao nổi tiếng khắp cả nước?" (Danh Tiếng)

"Bạn có chịu nổi loại người thường xuyên trễ hẹn và khiến mình luôn phải chờ đợi họ?"(Bản Thân)

"Một người phụ nữ có chiếc mũi dài đến mười phân cơ à ?"(Tình Yêu-Trải Nghiệm Mới)

"Bạn có muốn kiếm được 50$ một cách nhanh nhất, dễ nhất mà vẫn hợp pháp?"(Tiền Bạc)

"Anh có thấy tức không khi anh phải bỏ ra đến 35$ để mua cái radio

đó, trong khi thằng bạn anh chỉ tốn có 20$ để mua một cái y hệt?"(Tiền Bạc và Danh Tiếng)

"Chị đã bao giờ mong muốn mình được tài sắc vẹn toàn như mấy cô Hoa hậu Mỹ?" (Danh Tiếng)

"Cậu đang nói tới cô gái mặc áo tắm xanh với thân hình quyến rũ đằng kia phải không Harry?" (Tình Yêu)

"Làm thế nào để tiết kiệm năm mươi cent tiền mua tất?" (Tiền Bạc)

"Chị có nghe nói đến chiếc máy rửa chén đĩa mới nhất có khả năng xử lý một đống chén đĩa chỉ trong vòng nửa thời gian so với các loại máy hiện có trên thị trường?" (Tình Yêu-Trải Nghiệm Mới, Bản Thân)

"Làm thếnào mà trông cô trẻ thế?" (Bản Thân, Danh Tiếng)

"Bạn có được nhiều chàng trai theo đuổi và tán tỉnh không? (Tình Yêu)

"Anh chị có muốn tiết kiệm thời gian đi mua sắm?" người quản lý siêu thị hỏi một đôi vợ chồng. *"Chúng tôi sẽ giao hàng miễn phí tận nhà cho anh chị."* (Bản Thân)

"Những mối quan hệ bạn có được trong công ty sẽ rất có lợi cho việc kinh doanh riêng của bạn, đúng chứ?" (Tiền Bạc)

6. Sử dụng câu hỏi có tùy chọn khi bạn cần đến sự đồng thuận hoặc hành động phản hồi Tử phía người nghe

Hãy đặt những câu hỏi cho phép người nghe được quyền chọn *đồng ý* bằng *cách này* hay *cách khác:*

"Anh chị muốn chúng tôi giao hàng khi nào, trong tuần này hay đầu

tuần tới?"

"Anh chị chọn hình thức thanh toán nào - trả tiền mặt ngay bây giờ hay trả góp mỗi tháng?"

"Chúng tôi có thể gọi điện cho anh chị vào Thứ Hai... hay tối thứ Năm nhỉ, sẽ thuận tiện hơn cho các anh chị, đúng chứ?"

Trước khi đặt câu hỏi loại này, hãy chắc chắn ra cả hai lựa chọn bạn đưa ra cho đối phương đều có thể chấp nhận được và nằm trong khả năng lo liệu của bạn. Đối phương sẽ lựa chọn một trong hai hành động mà họ sẽ thực hiện cho bạn. Đừng hỏi họ lựa chọn giữa *có* và *khôngl*

Chẳng hạn, bạn có thể đặt một câu hỏi giống như nhà gây quỹ Tử thiện sau: *"Các anh chị muốn góp một đô-la hay nhiêu hơn?"* - cả hai lựa chọn đều là "Có."

Nếu bạn muốn người nghe làm điều gì đó cho mình, đừng để họ có cơ hội nói "Không!" với bạn. Giống như câu hỏi trên, vấn đề không phải là bạn có góp tiền hay không, mà là góp *bao nhiêu.* Một dạng khác của loại câu hỏi thôi miên này bao gồm một lựa chọn *tốt* và một lựa chọn *tồi. Bạn* đặt câu hỏi này khi muốn chắc chắn rằng người nghe sẽ chọn phương án tốt mà bạn đã dự trù.

"Chị muốn được bảo đảm ngày hôm nay, hay bị kiện tụng vào ngày mai?

"Anh chọn cái nào, một tương lai được đảm bảo, hay một cuộc sống không có tương lai?"

"Cha mẹ nên bảo vệ con cái ngay từ bây giờ còn hơn là để mặc cácbé bị thương tật về sau, các anh chị đồng ý chứ?"

Việc áp dụng nguyên tắc đặt câu hỏi có tùy chọn này cần được luyện tậ ch of p chứ không phải tự nhiên thành thục được. Nhưng một khi đã thành thạo, bạn sẽ hoàn toàn bất ngờ với hiệu quả thuyết phục của nó!

Hãy ghi nhớ và áp dụng Sáu Nguyên Tắc Đạt Câu Hỏi Thôi Miên trên. Chúng là những người nô bộc hết sức hữu dụng và cần thiết trong mọi thành công của bạn Tử rày về sau.

Cách tốt nhất để khiến cho người khác làm điều bạn muốn chính là *thuyết phục họ sao cho họ phải tự thuyết phục bản thân mình làm việc đó cho bạn*. Việc đặt đúng câu hỏi sẽ giúp bạn thực hiện điều này dễ dàng.

Hãy làm chủ những câu hỏi của mình! Thốt ra chúng vào những thời điểm thích hợp!

Hãy trang bị cho bản thân mình thứ "vũ khí phòng vệ" vô cùng hiện nghiệm này: Các câu hỏi "Vì *sao?"* hoặc *"Tại sao?"*. Với loại câu hỏi này, người nghe khó mà phân tâm được. Và do vậy, những câu hỏi tại sao sẽ đồng thời cung cấp cho bạn nhiều Ưu Thế Giao Tiếp mà bạn sẽ rất cần để đảm bảo thành công.

Hãy nhớ:

Bạn đạt được Câu Trả Lời mình muốn khi và chỉ khi bạn hỏi Đúng Câu Hỏi!

Hãy quan sát và thực hành sáu nguyên tắc! Chúng sẽ âm thầm khiến cho bất kỳ ai bạn giao tiếp dễ dàng đồng ý với mọi điều bạn nói.

Và khi họ đồng thuận, sự tự tin của bạn sẽ tăng. Bạn sẽ dễ dàng đưa ra các đề xuất một cách chủ động, dẹp bỏ mọi nỗi sợ, và hoàn thiện cho mình một phong thái tích cực và cuốn hút hơn.

Và điều quan trọng hơn nữa là, những Câu Hỏi Thôi Miên sẽ giúp bạn làm chủ được mọi tình huống giao tiếp một cách dễ dàng và hiệu quả ngoài sức tưởng tượng của bạn!

CHƯƠNG 10

Chiến Thắng các cuộc tranh cãi và Hòa Giải mọi cuộc đấu khẩu bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc

Cách tốt nhất để giải quyết một cuộc tranh cãi chính là... đừng dây vào nó.

Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ dễ dàng hòa giải được mọi cuộc tranh cãi theo cách có lợi nhất cho mình mà không phải trực tiếp tham gia vào đó.

Trong giao tiếp hàng ngày của con người, có tám chủ đề nhạy cảm mà bạn luôn phải cẩn thận khi bàn luận. Đó là những chủ để nói chuyện vừa hấp dẫn nhưng cũng vừa dễ xảy ra nguy cơ "chiến tranh" nhất.

Tôi gọi chúng là Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất

Nguyên nhân những chủ đề này dễ gây mất lòng là bởi phần lớn mỗi

người chúng ta đều hình thành cho mình những quan điểm cố định và gần như bất biến về chúng. Và khi tranh cãi, chúng ta có xu hướng "mắt thì mở to nhưng não thì khép chặt" để bảo vệ quan điểm của mình đến cùng. Kể cả khi bạn cãi thắng, bạn cũng chẳng được lợi lộc gì mà còn bị sứt mẻ các mối quan hệ!

Tám chủ đề dễ gây *bất* đồng đó là:

1. Tôn giáo; 5. Trình độ;
2. Chính trị; 6. Quan hệ bạn bè;
3. Gu thưởng thức cá nhân; 7. Sự thành đạt;
4. Ngoại hình; 8. Quan hệ máu mủ.

Mỗi khi cuộc giao tiếp của bạn bắt đầu đụng chạm đến những chủ đề này, hãy làm theo ba bước sau, rồi bạn sẽ có một cuộc nói chuyện suôn sẻ và hạn chế tối đa mâu thuẫn:

Đầu tiên: Xác định xem đối tượng giao tiếp của bạn đứng về phe nào. Điều này cần được áp dụng kể cả khi bạn trò chuyện với nhiều người một lúc.

Kế đến: Nếu bạn đồng ý với quan điểm của người kia, hãy thể hiện sự đồng tình của mình một cách tích cực. Nếu không, hãy mỉm cười và duy trì quan điểm của mình một cách khiêm tốn nhã nhặn!

Cuối cùng: Quay trở lại bước *thứ nhất*

Bước thứ nhất quan trọng là bởi, nó đòi hỏi bạn phải tìm hiểu và tôn trọng quan điểm của đối phương. Nếu không làm được điều này, bạn sẽ đánh mất sự tôn trọng của đối phương dành cho mình, tự đưa mình vào

những cuộc chiến không cần thiết, hành xử xấu tính và hủy hoại luôn khả năng thuyết phục của bản thân.

Khi bàn luận về những chủ để nhạy cảm trên, hãy nhớ rằng cả thái độ và quan điểm của bạn lẫn đối phương đều là những thành kiến cá nhân của hai người. Chúng có giá trị như nhau cũng như khả năng gây tổn thương ngang nhau.

"Lý sự với thành kiến giống như chiến đấu vói một cái bóng", Mildmay Từng nói. "Điều đó khiến cho người lý sự càng lúc càng tổn thương và hao mòn trong khi cái thành kiến kia vẫn trơ trơ!"

Khi bạn cảm nhận được mâu thuẫn manh nha, hãy ngay lập tức đổi chủ đề bằng những câu hỏi có định hướng.

Và hiển nhiên, *đừng dại gì* chuyến hướng sang một đề tài dễ gây bất đồng khác! Làm thế chẳng khác nào "đã nhức đầu mà còn cố mang giày chật" - bạn không hề làm dịu cơn đau đầu mà chỉ di dời nó Tử đầu xuống chân mà thôi.

Hãy thay đổi đề tài bằng những câu hỏi dẫn dắt *thích hợp!*

Bạn đã biết những lợi thế giao tiếp của việc đặt câu hỏi. Hãy áp dụng sáu nguyên tắc đặt câu hỏi thôi miên được trình bày ở chương trước để chúng giúp bạn có một cuộc trò chuyện suôn sẻ trơn tru!

Hãy như một con cú!

Cú thường được người phương Tây cho là loài vật khôn ngoan bởi chúng luôn *tỏ ra* khôn ngoan và chỉ phát ra tiếng kêu khi cần!

Giờ là lúc tôi chia sẻ cho các bạn cách áp dụng kiến thức Thôi Miên Cảm Xúc để xử lý Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất.

Trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc, tôn giáo và quan hệ máu mủ là hai lĩnh vực nằm giữa Bản Thân và *Danh Tiếng*. Chính trị, gu thưởng thức cá nhân và ngoại hình thuộc phạm vi *Danh Tiếng*. Và cuối cùng, trình độ, quan hệ bạn bè và sự thành đạt cũng gắn liền vói *Danh Tiếng*.

Bạn thấy điều gì thú vị ở đây chưa?

Cả tám chủ đề dễ gâybất đồng đều liên quan đến từ Huyệt Danh Tiếng của con người!

Do vậy, nếu bạn có ý định gây sự với ai đó, trước đó hãy mỉm cười và hỏi họ rằng:*"BẠN nghĩ như thếnào?"*hoặc *"Cảm nhận của BẠN sao về vấn đề này?"*

Tại sao ư?

Bởi vì những chủ đề nói chuyện nhạy cảm đó có thể động chạm đến quan điểm cố hữu và thể diện của người nghe - những thứ gắn liền với Tử Huyệt Danh Tiếng của họ, nhất là khi chính bạn là người chủ động đặt vấn đề! Khi đó, hãy lưu ý đến những câu trả lời của người nghe, vì chúng sẽ phần nào *tiết lộ* quan điểm và góc nhìn của họ, Từ đó bạn có thể so sánh đối chiếu với quan điểm và vị trí của chính mình để có thể diễn tiến cuộc trò chuyện suôn sẻ hơn!

Thực tế có vô số đề tài tưởng chừng nho nhỏ nhưng có thể khiến một cuộc trò chuyện đang bình thường bỗng dưng thành đấu khẩu hoặc thậm chí ẩu đả ngoài Tám Chủ Đề dễ Gây Bất Đồng Nhất mà tôivừa nêu.

Chuyện tiền nong là ví dụ. Tiền vừa là khao khát, gánh nặng, nỗi sợ của tất cả chúng ta, vừa là nguyên nhân chính của nhiều sự cãi vã và xung đột. Tuy nhiên, một khi bạn áp dụng khéo léo sáu nguyên tắc đặt câu hỏi

thôi miên mà tôi vừa chia sẻ ở chương trước, bạn sẽ có thể giao tiếp và bàn bạc vấn đề tiền bạc một cách dễ dàng và thoải mái hơn nhiều so với tám chủ đề gây bất đồng mà tôi đã thống kê. Tương tự, sáu nguyên tắc đặt câu hỏi cũng sẽ giúp bạn giải tỏa những vấn đề về tình yêu, tình dục và sự hài lòng một cách nhẹ nhàng một khi bạn sử dụng chúng thành thạo.

Rơi vào một cuộc tranh cãi quả thật không dễ dàng gì; nhưng giải quyết cuộc tranh cãi sao cho êm đẹp còn khó khăn gấp bội.

Sau đây là danh sách một số câu nói phổ biến có thể châm ngòi cho cãi vã và đấu khẩu thuộc Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất. Tôi gọi chúng là những cái Bẫy Giao Tiếp. Trong giao tiếp hàng ngày của con người có hằng hà sa số những cái bẫy như thế này, và chúng hoàn toàn có thể vượt ngoài tám chủ đề nhạy cảm kia cũng như ngoài sức tưởng tượng của bạn. Chúng gây ra những xung đột cá nhân, sứt mẻ tình bằng hữu, sụt giảm doanh số kinh doanh, sự căm ghét và hận thù, những cuộc chia tay, ly dị và cả những vụ mưu sát.

Hãy hạn chế tối đa những câu nói kiểu này trong giao tiếp, nếu bạn không muốn "cái miệng hại cái thân"!

Chúng là những câu nói Thôi Miên Cảm Xúc, nhưng là theo cách tiêu cực, *làm tổn thương*người đối diện thay vì giúp họ cảm thấy tốt đẹp hơn. Bạn có thể dễ dàng xác định được những Tử Huyệt Cảm Xúc mà chúng nhắm đến như sau:

"Anh đã thay đổi quá nhiều, không còn là anh mà em Từng biết nữa!" (Bản Thân và Danh Tiếng)

"Em ước gì anh biết tiết kiệm tiền, dù chỉ là một lần." (Tiền Bạc và

Danh Tiếng)

"Jane, bà làm gì mà cứ phải giấu mấy sợi tóc bạn như giấu vàng vậy!" (Bản Thân và Danh Tiếng)

"Mày đúng là thằng keo kiệt bủn xỉn nhất tao Từng biếtI" (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

"Cái áo mà mình tặng bồ hôm rồi làm mình cháy túi luôn đó. Mình tưởng bồ phải trân trọng và mặc nó thường xuyên hơn chứ!" (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

"Mặt bà có nếp nhăn kìa, không soi gương à?" (Bản Thân và Danh Tiếng)

"Chú em mày không để cho người khác được ngóc đầu lên kiếm cơm hay sao?" (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

"Những ý tưởg này dị hợm quá, tôi không thích!" (Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới)

"Cẩn thận nhé, mình nói có sách mách có chứng đó nha!" (Danh Tiếng)

"Ồ anh bạn Pat của tôi ơi, anh bị hói đến bóng loáng cả đầu kìal" (Bản Thân và Danh Tiếng)

"Biến! Đây không phải việc của mày !" (Danh Tiếng)

"Tiền quan trọng với em đến thế sao?" (Tiền Bạc)

"Lẽ ra tôi không nên đồng ý kết hôn với anh. Tại sao lúc đó tôi ngu ngốc thế này hả trời?" (Tình Yêu và Danh Tiếng)

"Anh có biết mình sẽ tốn cả thảy bao nhiêu tiền nếu theo đuổi vụ kiện

này?" (Tiền Bạc)

"Cưng đúng là vô dụng thiệt. Ngày này qua ngày khác chỉ làm mỗi một công việc đơn giản mà cũng khôngxong!"(Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới và Danh Tiếng)

"Cô yêu cái gương hơn yêu tôi!" (Danh Tiếng)

"Mình thấy mẹ của bồ béo lắm, không mặc được mấy kiểu áo len bó chịt này đâu!" (Bản Thân và Danh Tiếng)

"Cưới anh ta, bồ sẽ chẳng được lợi lộc gì đâu I" (Bản Thân và Tình Yêu – Lời hứa hẹn Tương Lai)

"Con có bị bất thường gì không? Trong khi mấy đứa bạn gái của con có bồ hết trơn rồi, con làm gì mà đào mãi không ra một thằng?" (Tình Yêu và Danh Tiếng)

"Sao anh cứ mở miệng là công việc., công việc và công việc vậy?" (Danh Tiếng)

"Làm thế, cậu sẽ chẳng bao giờ hạnh phúc được đâu" (Bản Thân)

"Chắc tại họ thấy cái mặt mốc của bà nên mới "chặt chém" đó. Tui cũng mua y chang bà mà được tính rẻ hơn đến 10$ nè." (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

Trên đây là vài trong số những cái Bẫy Giao Tiếp có thể khiến một cuộc nói chuyện đang yên lành thành chiến trường ngay tức khắc.

Hãy luôn cố gắng chèo lái những cuộc giao tiếp của bạn tránh khỏi những cái bẫy này! Nếu không, hậu quả có thể nghiêm trọng hơn bạn tưởng đấy.

Còn nếu bạn cứ tự đâm đầu vào các cuộc tranh cãi, tôi sẽ không ngạc nhiên nếu sức khỏe và tinh thần của bạn càng lúc càng sa sút. Khi đó bạn sẽ *luôn* có chuyện để than vãn trách móc bất kể người khác có gây chuyện với bạn hay không.

Chưa kể những sự bực bội cứ quanh quẩn trong tâm trí bạn đến nỗi khiến bạn mất tập trung, dễ gây sai sót hoặc tai nạn trong công việc như đóngnhầm vào ngón tay, té cầu thang, vấp ngã trên đường, láixe bất cẩn,nói chuyện không đầu không đuôi với sếp, hoặc thậm chí là ăn đậu phộng bằng... dao mà không để ý.

Bạn nên làm gì khi chính mình bị đánh trúng tử huyệt và *tổn thương*?

Thứ nhất: *Nếu bạn đã rời khỏi kẻ đã chọc tức bạn,* đừng cố khơi gợi hay kích động lại chuyện bực mình. Hãy làm*một chuyệngì đó khác*để xua tannhững cảm xúc tiêu cực bị dồn nén, chuyện nhảm cũng được, chẳng hạn như vỗ tay mười cái thật mạnh! Những thú vui giết thời gian như tập thể dục, tản bộ, thổi kèn hoặc đếm cừu có thể giúp ích. Hoặc tìm đến một người bạn thân mà bạn hoàn toàn tin tưởng để tâm sự với họ. Nhiều khả năng là họ cũng chẳng thể tập trung nghe hết câu chuyện của bạn đâu, nhưng điều đó không quá quan trọng, vì ưu tiên của bạn lúc này là "xả xú páp".

Thứ hai: *Nếu bạn vẫn phải ở gần kẻ vừa chọc tức bạn,* cần gì phải tự làm tổn thương mình thêm bởi một xích mích có thể hòa giải được? Hãy yêu thương bản thân mình trước bằng cách cho qua mọi chuyện. Lấy lại huyết áp và nhịp tim bình thường, và sử dụng *Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!*

Tranh cãi là hậu quả của *sự bất đồng*.

Do vậy, cách tốt nhất để không xảy ra tranh cãi chính là hãy ĐỒNG TÌNH với đối phươngỊ

Hãy nói: "Anh nói chính xác!"... một cách thật lòng!

Khi đối phương tranh cãi, trách mắng, phê bình, xỉ vả hay hạ nhục bạn, họ làm thế vì *động cơ cảm xúc cá nhân* chứ chẳng phải vì sự bất đồng quan điểm. Chính Tử Huyệt Danh Tiếng thúc ép họ phải giữ thể diện,thể hiện uy quyền trước mặt bạn và làm ra vẻ họ mới là người đúng.

Chính vì vậy, cách hòa giải cũng đơn giản thôi: Hãy *thể hiện* sự đồng tình với anh ta! Hãy *nói* rằng anh ta đúng!

Sao? Bạn cảm thấy *kỳ cục* khi thừa nhận anh ta đúng chứ gì?

Mặc kệ, hãy làm như thế đi!

Trừ phi đó là một mâu thuẫn hoặc tranh chấp có liên quan đếnpháp lý, chìa khóa hòa giải ở đây vẫn là "một sự nhịn, chín sự lành" - giải pháp này tốt và có lợi hơn cho bạn về mặt cảm xúc.

Cách giải quyết này đồng thời giúp bạn duy trì mối quan hệ giữa hai bên, giữ gìn hình tượng và bảo vệ sức khỏe bản thân, cả về thể chất lẫn tinh thần.

Không tin thì cứ *thử!*

Đó chính là bí kíp để bạn "chiến thắng" mọi cuộc tranh cãi, hòa giải các cuộc đấu khẩu và rèn luyện cho mình kỹ năng ứng biến khôn khéo hơn.

Cách tốt nhất để bạn rèn luyện kỹ năng vô cùng cần thiết này chính là tôn trọng quan điểm của tất cả mọi người - kể cả khi bạn, không đồng tình vói họ. Rồi bạn sẽ thấy, sự tôn trọng giúp bạn *được* nhiều hơn mất, và

những người mà bạn giao tiếp cũng sẽ đáp lại sự tử tế của bạn một cách xứng đáng. Vì họ cũng là một con người có cảm xúc – giống như bạn vậy.

CHƯƠNG 11

Bí Kíp để Bạn được cả thế giới Yêu Mến, Tôn Trọng và Nhớ Mặt Thuộc Tên chỉ nhờ Thôi Miên Cảm Xúc

Một trong những câu chuyện cười đầu tiên tôi được nghe kể nói về một gã say rượu đội mũ cao, mặc áo khoác không cài nút với khăn choàng cổ len màu trắng. Lúc đó đã là nửa đêm, gã ta cứ đi qua đi lại một cách chuếnh choáng quanh một cái cột đèn sáng trưng giữa phố xá.

Lúc đó có một anh cảnh sát vừa mân mê dùi cuitrên tay vừa đi qua khu vực. Nhìn thấy gã say, viên cảnh sát lại gần và hỏi: “Bị mất đồ à?”

"Đúng rồi!" gã say rượu chuếnh choáng trả lời. "Một tờ mười đô-la!Tui.. tui đánh rơi nó ở *tòa nhà kia!”*

Khó hiểu, viên cảnh sát gãi đầu. "Nếu ông mất tiền ở tòa nhà kia sao

lại tìm *ở đây?"*

"Kiếm ở đây dễ thấy hơn", gã say vừa đáp vừa nấc cụt. "Ở *đây có đèn sáng,* chứ bên kia tui đâu có thấy gì đâu!" ,

Suốt vài chục năm trời, tôi cũng không nhớ tại sao mình còn nhớ rõcâu chuyện cười xưa rích này đến thế. Nhưng giờ thì tôi đã biết vì sao.

Hồi tôi còn học lớp ba trong trường tiểu học, có một vị khách được mời thăm lớp chúng tôi. Hôm đó, ông ta đến quảng cáo về giá trị của việc mở tài khoản tiết kiệm ở trường.

"Hãy tiết kiệm! Tiết kiệm mỗi tuần dù chỉ là vài đồng xu , ông ta nói với các học sinh. "Nhưng tích tiểu thành đại, rồi chúng sẽ trở thành một khoản tiền kếch xù - như một *phép màu!"*

Nghe đến đó, cậu bé ngồi cạnh tôi bỗng khóc như mưa. "Chú ơi, làm sao mà con tiết kiệm được?" cậu ta nói mà nước mắt rơi lã chã. "Con có *đồng xu nào* đâu mà tiết kiệm!"

Trước phản ứng của cậu bé, vị khách kia lấy tay sờ mó chiếc cằm của mình, xoay ngón tay xung quanh một chùm râu dê màu nâu đen. Ông ta quay sang cô giáo chủ nhiệm.

"Thưa cô Faulkner", ông ta nói, "cậu bé này làm tôi nhớ đến một câu chuyện tiếu lâm."

Ông ta bắt đầu kể cho chúng tôi nghe câu chuyện về một người cha muốn thử lòng trung thực của cậu con trai mười tuổi của mình. "Con à", người cha bảo cậu bé, "con cầm cái bình màu nâu đi ra ngoài tiệm mua rượu giúp bố nhé!"

Cậu bé cầm lây cái bình màu nâu và xin bố đưa tiền mua rượu.

"Ô hô!" ông bố la rầy con mình. "Chỉ cần có tiền là mua được rượu thôi. Nhưng con này, người khôn ngoan là người mua được rượumà không phải tốn xu nào!"

Cậu bé đứng suy nghĩ một lát, rồi lẳng lặng cầm cái bình rời khỏi nhà. Mười phút sau, cậu quay trở lại với cha.

"Bố ơi", cậu ta yêu cầu, "bố cầm ly rượu lên đi!"

Khó hiểu, ông bố cầm ly rượu lên như cậu con trai yêu cầu.

Cậu bé tháo nút bần ra khỏi cái bình màu nâu và đổ xuốngly rượu của người cha. Không có một giọt rượu nào trong đó cả. "Uống rượu đi *bố"*, cậu bé cười.

"Con bảo ta uống? Sao ta uống được?" người cha bối rối. "Chẳng có gì trong ly cả!"

"Ô hô!" cậu con trai phá lên cười. "Có sẵn rượu thì ai chả uống được. Người khôn ngoan là người có thể uống dù không có gì trong ly cả!"

Tôi có thể nhớ được những câu chuyện vui này là bởi bằng cách nào đó, chúng đã thâm nhập sâu trong tâm trí tôi. Tôi có thể*mường tượng* và *cảm nhận* được những sự kiện xảy ra trong các câu chuyện đó.

Bởi lẽ chúng có chứa nhữngyếu tố Thôi Miên Cảm Xúc đã ngự trị vững chắc trong tâm trí tôi suốt mấy chục năm qua.

Những yếu tố đó là gì?Chủ yếu là Trải Nghiệm Mới và khả năng tác động *thị giác* vào Tử Huyệt Bản Thân của tôi.

Một gã say rượu đội mũ cao, mặc áo khoác không cài nút với khăn choàng cổ len màu trắng... một cái cột đèn sáng trưng... gã ta cứ đi qua đi

lại một cách chuếnh choáng... một anh cảnh sát mân mê dùi cui trên tay... vị khách lấy tay sờ mó chiếc cằm của mình, xoay ngón tay xung quanh một chùm râu dê màu nâu đen... ý tưởng "tích tiểu thành đại" thành một khoản tiền khổng lồ như một phép màu... cậu bé khóc như mưa, nước mắt rơi lã chã.

Làm sao mà tôi vẫn còn nhớ được tên cô Faulkner, cô giáo chủnhiệm lớp tôi hồi lúc tôi còn nhỏ xíu? Vì một bạn trong lớp Từng nói tôi nghe rằng: "Cô ấy là cô giáo dễ thương nhất trường - nhưng mũi cô trông như cái *nĩa!*

Tôi còn nhớ vị khách đến thăm lớp mình cũng vì ông ta vừa kể một câu chuyện cười lại vừa diễn tả bằng hành động... "cầm"cái bình rượu tưởng tượng... đổ rượu vào ly... ông ta đóng vai cả hai cha con trong câu chuyện bằng cách nghiêng đầu về bên trái hoặc bên phải cho mỗi nhân vật.

Những câu chuyện đó hiện ra thật rõ ràng... có hình ảnh... và đánh động cảm xúc của tôi!

Ký ức bằng hình ảnh là một trong số những kích thích cảm xúc trong giao tiếp có khả năng tác động lên chúng ta nhiều hơn chúng ta tưởng. Đó là những sự kiện vui tươi hoặc buồn bã, những khuôn mặt có nét riêng, những ngôn từ hoặc hành động trực quan, hoặc những khung cảnh có khả năng tạo ra những mẫu thức liên hệ thật sâu vào trong tâm trí của chúng ta.

Chúng khuấy động những cảm xúc của chúng ta khi chúng ta đang tỉnh, và kích thích chúng ta đến nỗi chúng ta phải tập trung theo dõi hoặc lắng nghe và không thể nào buồn ngủ được.

Những phản ứng xúc cảm này vừa có thể tốt cho chúng ta, vừa có thể

chống lại chúng ta tùy Từng hoàn cảnh. Chúng ta không thể cưỡng lại chúng, đó là điều chắc chắn. Tuy nhiên, với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn *có thể* bắt đầu nhận diện và kiểm soát chúng dễ dàng hơn!

Ngày hôm đó, tôi làm diễn giả trong một buổi nói chuyện ở Câulạc bộ các Giám Đốc Bán Hàng. Khi tôi trình bày được mười phút, tôi để ý thấy ánh mắt của khán giả không hề nhìn mình.

Tôi dừng lại và hỏi: "Có chuyện gì không ổn sao?"

Dưới hàng ghế khán giả, tôi nhìn thấy những cái đầu gật gù, những cái miệng đang cười khúc khích và vài cánh tay chỉ trỏ vào "thứ không ổn".

Chiếc áo vét của tôi bị tuột, để lộ ra phần đuôi trái của áo sơ-mi bên trong đã lọt ra ngoài quần Tử lúc nào.

"Hiệu ứng thị giác" ngoài dự kiến này đã khiến cho các khán giảcủa tôi mất tập trung. Khi đó, điều hay nhất tôi cần làm chínhlà *hòa mình vào* tình trạng mất tập trung đó, không nên đính chính hay cố gắng sửa sai.

Tôi thò tay lấy chiếc bóp tiền của mình và rút ra Tử trong đó một tờ tiền hai mươi đô-la. "Mọi người nhìn thấy tờ hai mươi đô-la khó cưỡng này rồi chứ? Tôi sẽ tặng nó cho vị khán giả đầu tiên lặp lại được một câu mà tôi đâ nói trước lúc quý vị nhìn thấy cái đuôi áo cắc có của tôi!"

Không ngạc nhiên khi toàn bộ khán giả đều tham gia trò chơi và cố gắng *hết sức* để trả lời nhằm thắng được hai mươi đô-la.

Quả thật, cái câu nói mà tôi hỏi họ được tôi thốt ra chưa đầy ba mươi giây trước khi tôi đưa ra câu *đố*, ấy vậy mà không một ai nhớ được tôi đã nói gì.

Bạn thấy đấy, *cái đuôi áo sơ-mi vô tri vô giác của tôi "nói chuyện" còn*

ấn tượng, thuyết phục và Thôi Miên Cảm Xúc được khán giả hơn cả một diễn giả chuyên nghiệp như tôi!

Bằng chứng là khán giả "nghe thấy" cái đuôi áo của tôi mà chẳng nhá được tí gì những lời tôi nói vì nó "công phá" tâm trí của họ mạnh hơn.

Khi đó, cái đuôi áo của tôi đã đánh động vào Tử Huyệt Bản Thân của khán giả và cho họ một Trải Nghiệm Mới nho nhỏ!

Con người thích nhìn hơn là nghe. Bạn sẽ *dễ* nhớ những gì mình được thấy hơn là những gì mình được nghe!

Tử Huyệt Bản Thân khiến chúng ta thích hưởng thụ và ưu tiên làm những gì dễ dàng, thoải mái và ít tốn công sức hơn!

Những khán giả đang chăm chú nghe tôi nói bỗng chốc quyết định mở toang tâm trí của họ để đón nhận thứ mà họ nhìn thấy, tức phần đuôi áo bị tuột ra ngoài quần của tôi. Và vì câu nói trước đó của tôi không có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc thực sự mạnh, nên khán giả đã phân tâm!

Họ tin rằng họ nghe tôi nói câu nói đó - nhưng câu nói đã không có một yếu tố nào khiến cho khán giả tiếp thu và giữ lại trong đầu!

Thích nhìn hơn là nghe, ưu tiên Bản Thân hơn người khác là những sự biểu đạt cảm xúc rất bình thường ở mỗi con người, đặc biệt là người trẻ.

Cô R., một học viên cũ của tôi, trở thành cô giáo. Cô và một số đồng nghiệp được yêu cầu chuẩn bị bài giảng cho một tiết học được giám thị dự giờ. Chủ đề là các quốc gia Nam Mỹ, và cô R. được phân công giảng về đất nước Brazil.

Cô yêu cầu các học trò tập trung thành vòng tròn trong khi cô đặt một tờ giấy trắng cỡ lớn trên bàn của mình. Với một nụ cười thân thiện, cô cầm

trên tay một lon cà phê nửa ký thuộc một nhãn hiệu rất nổi tiếng và giơ cao. "Tất cả các con đều biết những hạt màu đen trong lon là gì rồi, đúng không?"

Các học sinh đồng thanh trả lời: "Dạ biết!

Trong khi các cô cậu học trò đang chăm chú theo dõi, cô R. mở lon cà phê và đổ hết số cà phê trong đó lên tờ giấy trắng. "Brazil là nơi mà các con có thể hái được nhiều cà phê nhất trong số các quốc gia Nam Mỹ, các con biết chứ?" Cô rải những hạt cà phê lên hình bản đồ đất nước Brazil trên giấy.

"Đây chính là cà phê. Các con nghĩ số cà phê nặng bao nhiêu ký?" Các con nói đúng rồi; chúng nặng nửa ký. Các con có đoán ra được số cà phê này sẽ giúp ích được gì cho chúng ta trong lúc này hay không? Nó sẽ giúp chúng ta hiểu về địa lý, lịch sử và các đặc sản nổi tiếng của đất nước Brazil xinh đẹp. Các con đã sẵn sàng để xem và nghe cô giảng rồi chứ? Rất tốt, chúng ta bắt đầu nào!"

Trong suốt bài giảng của mình, cô R. không ngừng sử dụng các ngón tay, ngữ điệu, ngôn từ và hành động thích hợp để miêu tả đường biên giới Brazil, vị trí của các thành phố lớn cũng như những kiến thức quan trọng khác về quốc gia này. Cách giảng bài trực quan của cô tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của học trò và cung cấp cho các em một Trải Nghiệm Mới thú vị không thường gặp trong môi trường học đường còn nặng tính hàn lâm. Kết quả cho thấy, các học sinh đã có một tiết học *rất* lý thú và hào hứng.

Chờ cho đến khi toàn bộ các học sinh đã ra khỏi lớp, người giám thị dự giờ cô R. mới góp ý và phản đối cách dạy của cô. Bà nhận xét rằng cô R.

đã dạy đủ những kiến thức được yêu cầu, nhưng cách giảng bài của cô khiến cho tiết học “... giống chơi hơn là học!"

Ngoài tiết dạy của cô R. học sinh lớp đó tiếp tục được tham gia những tiết dự giờ tương tự được giảng dạy bởi các giáo viên khác. Toàn bộ các em được kiểm tra kiến thức sau buổi dự giờ.

Kết quả cho thấy, học sinh nhớ được những kiến thức về đất nước Brazil tốt hơn hẳn so với những nước khác do các giáo viên khác dạy bằng phương pháp truyền thống theo yêu cầu của đoàn giám thị.

Cô R. đã tạo một mối dây liên kết giữa người học và kiến thức bằng kỹ thuật giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc, tức hiện thực hóa bài học thành các hoạt động phát biểu và làm việc nhóm giữa các học sinh. Bằng cách đó, cô đã làm cho học trò của mình thích thú và *muốn* nghe giảng nhiều hơn!

Quả thật, các em đã *rất* chú ý lắng nghe... và *nhớ* được kiến thức sau tiết học!

Môi trường học đường ngày nay vẫn còn quá nhiều những thầy cô thiếu kỹ năng sư phạm đúng nghĩa. Lý do là vì họ "học hỏi" những phương pháp giảng dạy kém hiệu quả đó Từ những bậc tiền bối - cũng là những giáo viên, giảng viên không biết cách truyền đạt kiến thức hiệu quả cho học trò!

Kết quả, nhiều phần của nền giáo dục ngày nay chẳng khác gì một sự lãng phí khổng lồ!

Giảng dạy kiến thức là một chuyện, nhưng làm sao để cuốn hút người nghe, mở toang tâm trí của họ để cho những kiến thức đó có thể bước vào và ở yên trong đó một cách dài lâu là một chuyện hoàn toàn khácỊ

Bạn có thể bắt gặp thực trạng này ở nhiều lĩnh vực ngành nghề khác nhau chứ không riêng gì giáo dục!

Khi một cô giáo hay thầy giáo đứng trên bục giảng bài, bao nhiêu học sinh ở dướiđang *thực* sựlắng nghe? Tại sao số học sinh thực sự chú ý và chăm học vẫn luôn là thiểu số?

Suốt mười bảy năm hành nghề, tôi đã phỏng vấn hơn 15.000 học viên, khán giả và khách hàng với câu hỏi này:

"Anh/chị còn nhớ được tên bao nhiêu thầy cô đã từng dạy học cho mình?"

Tất cả các câu trả lời đều là: *"Rất ít!"*

Hỏi thật nhé, bạn nhớ những thầy cô nào nhất? Những thầy cô mà *bạn* thích, hay những người ưu ái *bạn?*

Có đúng là bạn *học hỏi được nhiều hơn* với những thầy cô mà mình thích? Hay đó có phải là các thầy cô dạy những môn học mà bạn *thích hơn*? Điểm *số* của bạn trong những môn *của các thầy cô đó* có cao hơn các môn khác hay không?

Theo khảo sát của tôi, câu trả lời cho tất cả các câu hỏi trên là *Có !* .

Giáo dục chỉ có giá trị khi và chỉ khi nó giúp cho cả người dạy lẫn người học giao tiếp và trao đổi kiến thức mộtcách hiệu quả!

Giáo dục được xem là thành công khi cả thầy và trò có thể tự tin giao tiếp được những kiến thức của mình một cách Thôi Miên Cảm Xúc!

Kể cả khi việc truyền đạt kiến thức bằng lời nói, ngôn từ hoặc con chữ không hiệu quả đi chăng nữa, vẫn còn vô số những phương pháp giảng dạy

khác hay hơn, cung cấp cho người học những Trải Nghiệm Mới và tác động Trực Quan vào Tử Huyệt Bản Thân của họ, giúp họ thích thú và nhớ lâu hơn.

B. là một ông bố đã có hai con. Ông kể cho chúng tôi nghe một câu chuyện thú vị về bài học mà tôi đang chia sẻ cho các bạn.

Một người bà con của gia đình ông B. sống ở một bang khác bất ngờ qua đời. Cả hai vợ chồng ông B. đều muốn tham dự đám tang, nên họ nhờ bà ngoại sấp nhỏ giữ cháu hộ trong thời gian họ vắng nhà.

Cậu con trai lớn chín tuổi thì không có vấn đề gì, nhưng cô con gái nhỏ năm tuổi thì la khóc ỉ ôi, không chịu để cho bố mẹ đi và không chấp nhận bất kỳ một lời giải thích nào Tử bố mẹ.

Vợ ông B. lo lắng vì xót con, thế là ông B. đề nghị như sau: "Em nghĩ sao nếu chúng ta lấy một cuốn vở và vẽ lên đó *hình ảnh* những hoạt động của chúng ta, chúng ta đi đâu, làm gì và nghĩ gì khi về nhà? Trong lúc chúng ta vắng nhà, bà ngoại có thể chỉ cho con bé xem những hìn ảnh này nếu nó nhớ *bố* mẹ!"

Cả ông B. và vợ đều không có năng khiếu hội họa. Nhưng sau một hồi vật vã với đống bút màu, họ cũng làm ra được nhiều bức tranh làm Tử những hình nhân cắt dán trong quyển vở nhằm miêu tả những gì họ sẽ làm khi vắng nhà trong khi cô con gái vừa xem vừa hỏi han một cách thích thú.

Thế là trong thời gian hai vợ chồng đi vắng, mấy bà cháu đã xem đi xem lại cuốn vở đó hàng tá lần. Những hình ảnh sinh động trong quyển vở đã giúp cô bé hiểu, vơi đi nỗi nhớ bố mẹ và bớt la khóc hơn hẳn so với mọi lời giải thích bằng ngôn từ.

Ông B. bảo tôi rằng cuốn vở Thôi Miên Cảm Xúc cùng với những hình nhân cắt dán dễ thương đó hiện giờ là một kỷ vật gia đình mà mọi người trong nhà ông gìn giữ!

Việc minh họa thông tin và lời nói bằng những hình ảnh trực quan sinh động là một yếu tố giúp cho giao tiếp được thành công. Vì sao ư? Vì mọi con người trên quả đất này đều có trong mình Tử Huyệt Bản Thân, nhu cầu và khao khát được nhìn nhiều hơn là nghe.

Trăm nghe không bằng một thấy" - câu tục ngữ này đúng với tất cả mọi người bất kể nam phụ lão ấu.

Một vị giáo sĩ Cơ đốc có tiếng cả nước Từng vận dụng những hình ảnh liên hệ trực quan để giúp cho các con chiên ấn tượng và ghi nhớ những bài thuyết giảng của mình tốt hơn.

Lần đó, ông mở đầu bài thuyết pháp bằng hành động trưng ra cho khán giả xem một chiếc hộp nhỏ. "Chiếc hộp này không thể chứa đựng được điều quý giá nhất trong cuộc sống, bất kể chúng ta dùng dây buộc hay đóng hộp chặt cỡ nào!"

Khán giả ngay lập tức chú ý và háo hức theo dõi tiếp những gì ông nói.

Ông với tay cầm một cái hũ đậy kín. "Liệu cái hũ này; hay bất kỳ một vật chứa nào khác với cái nắp đậy chặt nhất có thể - có chứa đựng được điều quý giá đó không?" Nói xong, ông lắc đầu.

Sau đó, ông thò tay vào trong túi áo và chìa cho khán giả xem chiếc túi rỗng không, rồi ông chuyển tay về phía bục giảng và nói tiếp: "Không một chiếc túi, không một bàn tay, không một cái kho nào có thể giữ được điều quý giá ấy, mặc dù chúng ta hoàn toàn *có thể* giữ được nó... Thứ bí ẩn đó là

gì?"

Ông yên lặng một hồi lâu, rồi tiếp tục: "Đó chính là sự thanh thản trong tâm hồn mà Chúa đã ban cho tất cả chúng ta!"

Với kỹ năng thể hiện điêu luyện, vị giáo sĩ đã minh họa trực quan bài học mình muốn nhắn nhủ đến khán giả, sử dụng những câu hỏi dẫn dắt khéo léo và thông minh, tạo ra Trải Nghiệm Mới, Lời hứa hẹn Tương Lai và cả khả năng đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của mỗi người. Để đưa ra kết luận, ông cho khán giả xem lại những đồ vật nhìn thấy được - chiếc hộp, cái hũ và cái túi để đại diện cho vật chất hữu hình, những thứ "...không quan trọng bằng sự thanh thản trong tâm hồn mà mỗi người chỉ có thể cảm nhận chứ không thể chạm vào!"

Suốt buổi thuyết giảng, những phản ứng quan tâm và biểu cảm của khán giả đã cho ông *biết* rằng họ đãthực sự lắng nghe ông Tử đầu đếncuối. Kết thúc bài thuyết giảng, khi họ nói với ông rằng: "Bài thuyết giảng hay quá, thưa Cha..." ông *biết* rằng ông đã thâm nhập được vào tâm trí và chạm vào được trái tim họ.

Những ai vốn đã biết cha xứ R. sẽ không quá ngạc nhiên về những điều tôi vừa kể. Ông rất xem trọng việc chuẩn bị những phần trình diễn trực quan nhằm đánh động Tử Huyệt Bản Thân của khán giả và nhiều yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc khác trong việc chọn lựa và lên kế hoạch cho những bài thuyết pháp của mình!

Mọi giao tiếp giữa con người với con người đều chịu ảnh hưởng Tử tính cách của cả người nói lẫn người nghe. Mỗi người họ đều có những cảm nhận cá nhân khác nhau về cuộc giao tiếp, và những cảm nhận này chỉ thống nhất với nhau khi người nói giao cảm được với người nghe và làm

cho người nghe phải quan tâm chú ý.

Tính chất Thôi Miên Cảm Xúc trong ngôn từ, hành động và biểu hiện bên ngoài của chúng ta phải bao hàm được nhiều yếu tố thu hút liên kết *hòa hợp* với nhau nhằm một mục đích duy nhất là khiến cho người nghe hoặc khán giả cảm thấy mình được quan tâm và xem trọng. Tất cả những thành phần này — mà trong đó quan trọng nhất là những sự minh họa trực quan — phải được định hướng chính xác và kiểm soát một cách thận trọng.

Bằng cách xác định được những yếu tố thu hút người nghe thật thuyết phục và chính xác này, chúng ta sẽ dễ dàng áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc theo cách mà mình muốn chứ không phải ăn may. Ngược lại, nếu chúng ta hoàn toàn mù mờ về những yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc, sự cố gắng của chúng ta sẽ bị đối phương *nhìn nhận* là giả tạo, và có thể dẫn đến sự mất cảm tình hoặc ấn tượng tiêu cực!

Một nhân viên bán hàng nọ cuối cùng cũng thuyết phục được một khách hàng quan *trọng* đồng ý cho mình một cái hẹn sau ba tháng theo đuổi vị khách đầy tiềm năng này. Anh lên kế hoạch rất cẩn thận cho buổi gặp gỡ, lường trước mọi câu hỏi mà khách hàng có thể thắc mắc về sản phẩm hoặc công ty của mình.

Đến ngày hẹn, anh mặc một bộ com-lê màu xanh dương gọn gàng với một chiếc cà vạt xanh dương tông xuyệt tông. Trên chiếc cà vạt có một hình dấu chấm than màu đỏ rất to được vẽ và in bằng tay.

Khi cuộc nói chuyện kết thúc, anh bán hàng bối rối. Vị khách hàng nọ đã nói chuyện rất lịch sự và quan tâm đến sản phẩm, nhưng không đề cập gì đến chuyện đặt mua sản phẩm hay liên hệ công ty.

Sau khi người bán hàng rời đi, ông khách hàng lại nhớ đến chiếc cà vạt in hình dấu chấm than đỏ rực to đùng chứ không phải người bán hàng. Ông ta chưa bao giờ nhìn thấy một cái cà vạt nào "quái lạ" đến thế. Chiếc cà vạt để lại trong ông một ấn tượng mạnh mẽ đến độ vài ngày sau đó, ông bỏ rất nhiều thời gian đi đến các cửa hiệu thời trang nam chi *để* lùng mua một chiếc tương tự.

Đối với riêng nam giới, cà vạt có thể có tiếng nói còn to hơn cả chủ nhân của chúng. Lời khuyên dành cho cả nam lẫn nữ: Những chiếc cà vạt xộc xệch trong công sở, những khuôn mặt trang điểm quá đà hay những bộ đồ tắm hớ hênh ngoài bãi biển hoàn toàn có thể thay mặt chủ nhân gây nên những phản ứng không ngờ - cả tốt lẫn xấu - đối với người ngoài.

Giống cái đuôi áo bị tuột ra ngoài quần của tôi trong một ví dụ trước.

Những hiệu ứng minh họa trực quan vừa có thể hấp dẫn người nghe, nhưng cũng có thể khiến họ phân tâm và mất tập trung tùy vào cách sử dụng của người nói! Trong phần lớn các trường hợp, minh họa trực quan có khả năng tác động vào cảm xúc con người mạnh mẽ hơn so với lời nói hoặc ngôn từ. Nhưng nếu bạn không kiểm soát những hiệu ứng đó, chúng có thể khiến bạn thiệt hại hơn là mang lại lợi ích.

Tất cả những hành động, cử chỉ bạn làm với khuôn mặt, cơ thể và tay chân của mình đều sẽ khiến người khác có ấn tượng tốt hoặc không tốt về bạn. Cử chỉ của bạn có thể là biểu hiện của sự lo lắng, trông đợi, bực dọc, thái độ giễu cợt, khát khao hoặc lạc quan. Những cử chi vô tình hoặc hữu ý của bạn cũng có thể thể hiện cả những trạng thái bình tĩnh, hài lòng, mãn nguyện, nhiệt huyết hoặc nuối tiếc.

Ngay cả một hành động đơn giản của bạn như bắt tay cũng cần phải

phù hợp với những yếu tố trực quan và lời nói của bạn. Ý nghĩa của cái bắt tay phải ăn khớp với sự Thôi Miên Cảm Xúc mà bạn đang thể hiện.

Những lời nói niềm nở ấm áp sẽ trở nên giả tạo nếu chúng đi kèm với một cái bắt tay lạnh nhạt hoặc chiếu lệ!

Những cử chỉ và hành động của bạn chính là sự phản ánh những cảm nhận và các hoạt động cảm xúc bên trong của bạn.

Chính vì cử chỉ là những biểu hiện bên ngoài mà bạn không thể che giấu được bạn không nên để chúng diễn biến một cách tùy tiện! Bạn cần phải luôn điều khiển và kiểm soát chúng. Mọi người chung quanh nhớ đến bạn, thích bạn hoặc tôn trọng bạn hay không đều phụ thuộc vào những sự thể hiện bên ngoài của bạn.

Luật sư E., một học viên của tôi trong khóa học Thôi Miên Cảm Xúc, đã chia sẻ cho chúng tôi bí quyết của ông trong việc quan sát các cử chỉ của nhân chứng để phán đoán suy nghĩ và mức độ trung thực của họ, Từ đó đề ra được những chiến thuật phù hợp trên phòng xử án.

Khi một nhân chứng quay đầu về phía các băng ghế của người tham dự hoặc liếm môi trước khi trả lời một câu hỏi, cử chỉ đó thường có nghĩa là thực tâm họ *không muốn* trả lời câu hỏi đó. Một luật sư có kinh nghiệm sẽ nắm bắt ngay chi tiết đó để xử lý chủ đề mà người làm chứng không muốn nói sao cho có lợi nhất cho thân chủ của mình.

Luật sư E. chia sẻ rằng rất nhiều lần trong sự nghiệp hành nghề của ông, chính những cử chí vô tình đó của nhân chứng hoặc thân chủ đã giúp ông cãi thắng hoặc cứu được nhiều bàn thua trông thấy!

Khi giao tiếp với người khác, hãy đảm bảo rằng mọi cử chỉ và hiệu

ứng trực quan của bạn được kiểm soát tốt để *phục vụ* cho ý đồ của *bạn*.

Hãy đám bảo rằng những lời nói, hành động và cử chi của mình ăn khớp với nhau. Hãy luyện tập sao cho chúng trở thành những bản năng *tự nhiên* mà bạn có thể thực hiện một cách *trôi chảy* và thuyết phục được bất kỳ ai giao tiếp với bạn.

Những cử chỉ điệu bộ và hiệu ứng minh họa trực quan đặc biệt phát huy hiệu quả khi bạn:

1. Kể chuyện, một câu chuyện bất kỳ hay truyện cười;
2. Diễn thuyết trước đám đông;

Bạn mong muốn mọi người sẽ nhớ đến mình, tôn trọng và yêu thích mình sau phần nói chuyện của mình?

Thế thì hãy lựa chọn một câu chuyện mà bạn biết chắc là khán giả muốn nghe - chứ không phải là chuyện mà chỉ riêng mình bạn thích!

Làm sao biết được khán giả muốn nghe gì?

Đầu tiên, hãy áp dụng thuật Thôi Miên Cảm Xúc để liên kết khán giả với chủ đề nói chuyện của bạn.

Khám phá những nhân tố gây chú ý trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc - những điều mà khán giả *muốn* nghe hoặc *sợ* nghe. Những nhân tố đó cũng đồng thời là những động lực bất biến thúc giục con người hành động trong mọi thời. Và một trong số những nhân tố đó sẽ tiết lộ Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO trong đối tượng khán giả của bạn mà bạn có thể vận dụng và khai thác trong câu chuyện mình sắp kể!

Sau đó, hãy chắc chắn rằng câu chuyện hoặc bài thuyết trình của bạn có chứa ít nhất một trong những yếu tố sau:

1. Tử ngữ miêu tả trực quan

"Cô ấy đang viết bằng một cây bút chì cô hình dáng như một chiếc xúc xích Đức với đầu nhọn màu đen!"

"Bạn đã bao giờ nhìn thấy một em bé sơ sinh phá lên cười với cái miệng mở to hết cỡ và cái chân đá lia lịa trên không?"

2. Những ngôn từ và hành động ăn khớp với những điệu bộ và cử chỉ tự nhiên

"Với hai chiếc bàn chải trên hai tay, anh ta chà rửa da đầu mình – giống như thế này đây!"

“Giờ tôi sẽ xé tờ tiền này thành bốn mảnh. Một…hai…ba..bốn!”

3. Những Tử ngữ, cách ví von hoặc diễn đạt độc đáo, lạ thường

Việc này nhằm mục đích tạo Trải Nghiệm Mới cho người nghe hoặc khán giả:

"Những đồng xu của các em sẽ tích lũy thành cả một khối tài sản kếch xù như một phép màu!"

"Làm thế nào để mua đồ mà không phải trả tiền... uống rượu mà không cần có rượu trong ly?"

"Làm sao mà người đàn ông to con nhất Texas chỉ cao chưa đầy một mét!”

Với ba yêu tố trên, bạn sẽ dễ dàng chọn lựa được một câu chuyện phù hợp và kể nó thật Thôi Miên Cảm Xúc, khiến cho người nghe bị thúc giục

và phải chú ý lắng nghe bạn.

Hãy thực hành ngay bây giờ!

Và xem người nghe của bạn sẽ *phản ứng* như thế nào trước câu chuyện bạn kể!

Khi câu chuyện của bạn cũng như những ngôn từ và hành động đi kèm của bạn chứa nhiều yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc, khán giả hay người nghe sẽ dễ dàng nhớ, nể trọng và yêu thích bạn trong mọi tình huống giao tiếp!

Thâm nhập tâm trí của bất kỳ ai

Tất cả mọi người xung quanh bạn đều bận rộn.

Tâm trí họ chật kín những hy vọng, hoài bão, nỗi lo sợ, mong ước, và cả những sự buồn đau, thận trọng, khó chịu và bi quan về tương lai. Đối với họ, những gì *bạn* nói không quan trọng, vì *họ* có những thứ quan trọng hơn trong đầu để mà lo nghĩ.

Khi *đó,* tâm trí họ đang bận bịu và "kín cổng cao tường". Do vậy, nếu bạn muốn mọi người có ấn tượng và nhớ đến mình, bạn cần phải *khai mở* những cái đầu đang mải mê lo nghĩ và bận rộn đó.

Làm thế nào để hoàn thành được nhiệm vụ khó khăn này?

Thuật Thôi Miên Cảm Xúc cung cấp cho bạn Ba Kỹ Thuật đảm bảo giao tiếp thành công như sau:

1 .Trò chuyện với đối phương theo cách của họ

Trong giao tiếp, người nghe chính là lý do vì sao bạn mở miệng nói chuyện.

Là một cá nhân với những nhu cầu cảm xúc chính đáng, người nghe

của bạn chỉ muốn lắng nghe trên cơ sở những nhu cầu cảm xúc đó của anh ta. Bạn muốn anh ta thích mình, bạn cần phải tìm cách thỏa mãn những nhu cầu cảm xúc đó bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Quy luật này chi phối cả lịch sử loài người.

Vào những năm đầu thập niên 1730, James Oglethorpe muốn Vua George nước Anh ban lệnh thả những tù nhân phạm tội thiếu nợ không trả được và đài thọ cho lực lượng này lên đường sang Tân Thế Giới để tạo lập thuộc địa dưới sự lãnh đạo của ông ta. Oglethorpe lập luận rằng sẽ chẳng ích lợi gì nếu tiếp tục giam cầm những tù nhân này, vì họ có ở trong tù đến mọt gông thì cũng không thể trả được nợ. Ông ta đề xuất nhà vua cho phép những người đàn ông và những người phụ nữ tội nghiệp đó cơ hội bắt đầu cuộc sống mới ở một vùng đất mới; ông ta nhấn mạnh rằng sự thành lập một thuộc địa mới sẽ mang lại lợi ích to lớn cho Vương Quốc Anh.

Vua George không mấy quan tâm đến đề xuất của Oglethorpe. Nhà vua cho rằng Vương Quốc Anh đã đủ hùng mạnh với quá nhiều thuộc địa rồi. Cần gì phải thiết lập thêm thuộc địa nữa?

Vẫn bảo vệ quan điểm của mình, Oglethorpe đáp: "Thưa bệ hạ, nước Anh đúng là đã có nhiều thuộc địa rồi. Tuy nhiên, chưa có thuộc địa nào được *mang tên ngài.* Nên hạ thần mong muốn thiết lập một thuộc địa mới mang tên "Georgia" - *trên uy danh của bệ hạ!"*

Đó là lần đầu tiên vị vua ương ngạnh bắt đầu quan tâm đến kế hoạch của Oglethorpe. Cuối cùng, nhà vua cũng bị thuyết phục. Tử huyệt *chủ đạo* của ông ta chính là Danh Tiếng!

Vua George hoàn tất cuộc vi hành vùng đât mới, thả tù nhân và viết

nên lịch sử. Oglethorpe và đoàn tùy tùng của ông chính là những nhà lập hiến của "Georgia" năm 1733.

Có thật là vua George đã thích Oglethorpe, tôn trọng ông ta và nhớđến kế hoạch của ông ta hơn sau câu nói đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng? Quá rõ rồi còn gì!

Hãy nói chuyện với đối phương theo cách *của họ!*

Khi đó, họ sẽ lắng nghe bạn - vì họ *muốn* thế!

2. Quan sát và xác định những nhân tố khiến đối phương quan tâm chú ý

Hãy chắc chắn rằng bạn đã nắm rõ định nghĩa và cách nhận diện Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm xúc trên đối tượng giao tiếp! Hãy đọc đi đọc lại những chương sách diễn giải về những tử huyệt này thật kỹ cho đến khi thực sự hiểu. Chúng là chìa khóa đầu tiên của bạn cho mọi cuộc giao tiếp thành công!

Nếu bạn không thể gắn kết chủ đề nói chuyện của mình với Bộ Tứ, đối phương sẽ không có lý do gì để ngồi nghe bạn nói. Và một khi họ đã không muốn nghe, thì họ sẽ *không* thể đồng tình với bạn, *không* thể mua sản phẩm của bạn và *không* thể đáp lại bạn bằng những phản hồi tích cực mà bạn mong muốn.

Hãy tìm ra nhân tố mạnh nhất khiến đối phương phải chú ý, một nhân tố có thể gắn kết họ với chủ đề bạn nói. Nó *luôn ở đó,* vấn đề là bạn có tìm ra nó được hay không?

Trong phần lớn các trường hợp, nhân tố đó thực chất rõ ràng hơn bạn tưởng.

James Oglethorpe đã diễn giải lợi ích về mặt Tiền Bạc và những khía cạnh quan trọng khác với vua James, nhưng ông ta có nhận được phản hồi mình mong muốn hay không? Không hề!

Việc Tiền Bạc không thể tác động đến nhà vua là một sự thật quá hiển nhiên vì ông ta là một vị vua, nên Tiền Bạc *luôn là một lợi thế mà* ông ta không phải lo lắng. Tương tự, Tình Yêu và Bản Thân cũng không phải là những vấn đề lớn đối với một vị vua được bao người phục vụ, nên chẳng trách sao vua George trở nên mất kiên nhẫn với đề xuất của Ogiethorpe.

Cục diện chỉ thay đổi khi James Oglethorpe nói: "Nên hạ thần mong muốn thiết lập một thuộc địa mới mang tên "Georgia" - *trên uy danh của bệ hạ!"*

Danh Tiếng chính là nhân tố mạnh nhất khiến nhà vua chú ý, nên vua George đã chuyển sang *lắng nghe*... và làm những gì mà Oglethorpe muốn.

Trong giao tiếp, nếu bạn vẫn *chưa* xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của đối phương, hãy đặt ra những câu hỏi phù hợp để nó dần dần hé lộ. Như chúng ta đã biết các câu hỏi là những công cụ giao tiếp quyền năng. Một khi được sử dụng thích hợp, những câu hỏi sẽ giúp bạn kiểm soát tình huống, khiến cho đối phương phải trả lời và đồng thời tiết lộ dần ý đồ của họ.

Dựa theo những tài liệu lịch sử hiện có, Oglethorpe cũng có phần may mắn. Ông không tự mình khám phá ra điều mà nhà vua thực sự muốn nghe. Đó hoàn toàn là một ý tưởng thuyết phục *vô tình* liên quan đến Danh Tiếng - cũng là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của nhà vua và câu nói đó quả thực đã khiến vị vua nước Anh hồi đáp!

Trong giao tiếp hàng ngày, bạn không thể chỉ *trông đợi* những khoảnh khắc may mắn như thế nếu muốn đảm bảo thành công.

Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng *chính là* động cơ cảm xúc của tất cả mọi người xung quanh bạn, và cũng là *của bạn*.

Chúng chứa đựng nhiều nhân tố gây chú ý MẠNH MẼ mà bạn có thể khai thác để kết nối người nghe với chủ đề nói chuyện của mình.

Trong nhiều trường hợp, những nhân tố này rất rõ ràng, nhưng cũng có những lúc bạn cần phải tìm mới thấy. Hãy quan sát đối phương khám phá và khai thác những nhân tố này, nếu *bạn* muốn được đối phương hoặc khán giả nhớ mặt thuộc tên, nể trọng và yêu mến!

3. Sử dụng ba Phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc khiến cho bất kỳ ai cũng phải lắng nghe

Mỗi cá nhân lại có một cấu trúc và mức độ của Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc khác nhau. Theo thời gian, sẽ có MỘT trong Bộ Tứ trở thành Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của họ. Để khiến cho họ phải nhớ mặt thuộc tên bạn, tôn trọng và yêu quý bạn hơn, bạn cần phải xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO đó trong mỗi con người mình giao tiếp.

Những sự quan sát và tìm kiếm Tử Huyệt Cảm Xúc của đối tượng giao tiếp có thể mất rất nhiều thời gian để có kết quả chính xác. Liệu chúng ta có thể rút ngắn được quá trình này?

Liệu chúng ta có thể áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả trên những đối tượng giao tiếp *bất kỳ* trong *mọi* hoàn cảnh mà không cần phải xác định tử huyệt CHỦ ĐẠO của họ trước đó? Câu trả lời là *Có*

Trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc, chúng ta có ba phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc có thể gây sự chú ý với *bất kỳ* người nghe nào trong *mọi* hoàn cảnh!

Ba phương tiện đó là:

A. *Những sự minh họa trực quan tác động Tử Huyệt Bản Thân của người nghe*: Hầu như mọi con người đều khao khát những cách thức *dễ dàng hơn, đơn giản hơn* hoặc *thoải mái hơn* để giải quyết mọi việc. Đây là một Tử Huyệt Bản Thân cố hữu của loài người, nên bất chấp người nghe của bạn là ai đi chăng nữa, phần lớn họ sẽ thích nhìn hơn là nghe - vì những thứ mắt thấy thì dễ tiếp thu và đỡ mất công tập trung hơn là chỉ dùng tai để nghe. Do vậy, việc bạn minh họa trực quan những lời nói hoặc bài thuyết trình của mình sẽ giúp người nghe hoặc khán giả dễ hiểu và hài lòng hơn. Hãy tập cho mình thói quen minh họa trực quan thậm chí là một phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc có hiệu quả ở bất kỳ nơi đâu trên quả đất!

B. *Lời hứa hẹn Tương Lai và Trải Nghiệm Mới:* Đây là bộ phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc *cực mạnh*, giúp bạn thiết lập mối giao cảm với người nghe *ngay tức thì* và khiến cho khán giả bị mê hoặc hoặc cuốn hút; vào nhất cử nhất động của bạn trong suốt cuộc giao tiếp hoặc buổi thuyết trình.

Cô A. là một giáo viên dạy tiếng Anh. Cô đang rất buồn lòng vì các học trò của mình tiếp thu ngữ pháp rất kém. Cô nhận ra rằng phần lớn các em học sinh không thích học ngữ pháp, nên cách tốt nhất để thay đổi tình trạng này chính là áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để khiến các em quan tâm và yêu thích môn học này hơn.

Vận dụng kinh nghiệm và trí tưởng tượng của mình, cô A. sáng tạo ra hai nhân vật bằng cách vẽ lên hai bàn tay. Cô trình diễn hai nhân vật bằng

cách di chuyển bàn tay và các ngón tay trong khi khuỷu tay của cô được giấu dưới bàn. Nhờ sự khéo léo của cô, cả hai nhân vật tuy đơn giản nhưng trông rất sinh động. Việc một cô giáo trình diễn "múa rối bằng tay" để minh họa bài học thực sự là một trải nghiệm mới lạ và thú vị với các em học sinh. Một trong hai nhân vật là một người đàn ông có ria mép đội mũ cao và mặc áo tuxedo; nhân vật còn lại là một phụ nữ bận áo đầm trang nhã.

"Xin chào các em, đây là ông bà Tiếng Anh Siêu Đẳng", cô giới thiệu hai nhân vật trước những cặp mắt vừa ngạc nhiên vừa hào hứng của các học trò. "Cô mời họ đến đây để giúp các em học ngữ pháp *dễ như ăn cháo!"* - Lời hứa hẹn Tương Lai của cô giáo. "Các em đã sẵn sàng để theo dõi bài học rồi chứ?"

Nhờ giọng nói truyền cảm của cô A. mà các đoạn đối thoại giữa hai nhân vật trở nên thật sinh động và hài hước: nhân vật "quý bà" liên tục sửa lỗi "quý ông" mỗi khi "ông ta" nói sai ngữ pháp. Các em học sinh theo dõi một cách thích thú, chú ý đến Từng câu Từng chữ và nhớ bài tốt hơn hẳn... Không ngạc nhiên khi sau đó, cô A. được các học trò của mình nhớ, nể phục, và yêu quý hơn rất nhiều.

C.Tử *Huyệt Danh Tiếng và những câu hỏi:*Đừng bao giờ xem thườnghiệu quả của việc đặt đúng câu hỏi!

Mặc dù bạn có thể sử dụng các câu hỏi để dẫn dắt và đánh động bất kỳ tử huyệt nào trong Bộ Tứ của người nghe, những câu hỏi nhắm *vào Tử Huyệt Danh Tiếng* hoặc cái tôi của mỗi người vẫn là phương tiện hiệu nghiệm nhất, khiến cho tất cả mọi người đều phải quan tâm chú ý- bất kể họ là những ai, thuộc tầng lớp nào hay làm nghề gì.

Như tôi đã đề cập ở phần trước, ngay cả những câu hỏi Danh Tiếng đơn giản như "Anh nghĩ như thế nào?" hoặc "Quan điểm của cô về vấn đề này ra sao?"…cũng có tác dụng khiến cho đối phương có ấn tượng và thiện cảm nhất định về bạn. Những câu hỏi nhắm vào Tử Huyệt Danh Tiếng giúp bạn khuấy động cảm xúc đối phương, làm cho họ quan tâm đến điều mình nói, Từ đó bạn có thể dễ dàng dẫn dắt họ đến tử huyệt chủ đạo cũng như kết quả mà bạn mong muốn một cách suôn sẻ trơn tru, vượt qua mọi rào cản về sự khác biệt tính cách giữa bạn và họ. Chỉ riêng việc bạn hỏi ý kiến hoặc nhờ *họ* góp ý thôi cũng đã đủ làm họ cảm thấy thích và tôn trọng ý *kiến của bạn* hơn.

Hãy xem lại những gì cô giáo A. đã làm để giúp cho các học trò của mình học ngữ pháp tốt hơn! Sau khi gây chú ý với học sinh bằng hai nhân vật ông bà Tiếng Anh Siêu Đẳng, cô hỏi các em ngay: *"Các em đã sẵn sàng để theo dõi bài học rồi chứ?"*

Thực chất, trước khi hỏi câu đó, cô A.đã chắc chắn rằng thế nào học trò cũng nói "Có!". Nhưng cô vẫn hỏi ý học sinh để giúp cho các em có cảm giác mình được tôn trọng, rằng cảm nhận của các em cũng có trọng lượng chứ không nhất thiết các em phải vâng lời người lớn như một cái máy. Đó chính là một câu hỏi đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng một cách hiệu quả và tích cực!

Tóm *lại* bài học ở đây là: Người khác sẽ nhớ mặt thuộc tên bạn, tôn trọng và yêu quý bạn hơn với điều kiện lời nói hoặc phần trình bày của bạn có những yếu tố gây chú ý, khơi gợi được sự quan tâm và *phản ứng* xúc cảm trong họ. Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, chúng ta sẽ có thể dễ dàng kiểm soát và *điều khiển* được những phản ứng này theo cách có lợi nhất

cho mình.

Hãy ghi nhớ và trang bị cho mình bộ ba Kỹ thuật Thôi Miên Cảm Xúc đỉnh cao này và sử dụng chúng khi cần:

1. Trò chuyện với đối phương theo cách của họ;
2. Quan sát và xác định những nhân tố khiến đối phương quan tâm chú ý:
3. Sử dụng ba phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc khiến cho bất kì ai cũng phải lắng nghe:

a.*Những sự minh họa trực quan tác động Tử Huyệt Bản Thân của người nghe;*

b. Lời hứa hẹn tương lai và Trải Nghiệm Mới

c. Tử Huyệt Danh Tiếng và những câu hỏi.

Với những sự trang bị trên, thay vì hy vọng người khác sẽ nhớ hoặc thích mình một cách hên xui may rủi, bạn sẽ dễ dàng làm chủ được những thiện cảm cũng như sự tôn trọng của người khác dành cho mình!

Tổ chức một buổi nói chuyện thành công bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc

Một học viên Từng kể tôi nghe câu chuyện về một cậu bé mập mạp đi dạo công viên, vừa đi vừa nhai một chiếc bánh sandwich Bologna trông rất ngon lành.

Bất chợt, một miếng sandwich bị rời ra và rơi xuống đất. Một chú chim cổ đỏ Tử đâu đáp xuống và ăn lấy ăn để miếng bánh.

Ăn xong, lẽ ra chú chim đó nên vui vẻ trong im lặng vì nó vừa được

chén một bữa no nê. Đằng này, nó lại kêu chíp chíp rất to và liên tục.

Tiếng kêu ồn ào đánh động một chú mèo gần đó. Không một chút khó khăn, chú mèo nhào đến vồ chết chú chim để xơi.

Bài học rút ra Tử câu chuyện này là gì? *"Không nên mở miệng khi bụng đang no kềnh!"*

Thông điệp về mặt nghĩa bóng chính là: *"Hãy tập trung quan tâm đến nhu cầu cảm xúc của đối phương - chứ không phải của bạn!"*

Sau đây là Bốn Nguyên Tắc giúp bạn làm nên một buổi nói chuyện hoặc một bài thuyết trình mê hoặc khán giả. Cả bốn nguyên tắc đều yêu cầu bạn phải tập trung vào nhu cầu cảm xúc của khán giả cũng nhưgiúp bạn *hạn chế* những phát ngôn không nên có.

1. Biết mình nói gì

Khán giả muốn lắng nghe bạn khi và chỉ khi bạn nói được điều họ quan tâm. Cách tốt nhất để xác định khán giả cần gì hoặc muốn gì chính là nghiên cứu đề tài và thu thập *thông tin*. Trong một số trường hợp nhất định, *thông tin* cũng chính là nhân tố khiến khán giả chú ý và quan tâm nhất vì đó là những gì họ muốn biết.

Những sự minh họa trực quan cũng là một dạng *thông tin*. Hãy vận dụng những biểu cảm trên khuôn mặt bạn, những cử chỉ và chuyển động của cơ thể kết hợp với bài nói chuyện nếu chúng có liên quan đến nội dung bạn trình bày hoặc giúp bạn minh họa trực quan cho khán giả! Cho dù bạn có nói chuyện hay đến đâu chăng nữa, nếu những cử chỉ hoặc chuyển động của bạn không ăn khớp với nội dung trình bày, khán giả có thể cảm thấy khó hiểu hoặc sao nhãng.

Kể cả trang phục của bạn cũng phải *phù hợp* với bối cảnh và nội dung trình bày. Nếu trang phục của bạn không phù hợp hoặc quá táo bạo so với bối cảnh, bạn vẫn có thể khiến khán giả chú ý - nhưng là theo cách tiêu cực. Khi đó, khán giả sẽ tập trung vào bộ trang phục kỳ quái của bạn và không nhớ những gì bạn trình bày, làm giảm hiệu quả giao tiếp.

Hãy nhận biết cảm xúc của khán giả một cách khách quan chứ đừng chỉ "suy bụng ta ra bụng người" một cách chủ quan!

Hãy khám phá điều mà khán giả muốn - chứ không phải điều bạn muốn! Nói cho họ nghe điều họ muốn nghe - chứ không phải điều bạn muốn nói!

Quan sát *rồi hẵng* nói. Nếu không, sự khinh suất có thể gây ra nhiều chuyện dở khóc dở cười.

Một nữ y tá trưởng nọ đang làm công việc hàng ngày của mình. Cô dừng lại hỏi thăm một nam bệnh nhân vừa mới trải qua một cuộc phẫu thuật vào hôm trước và hiện đang nằm nghỉ trên giường. Thay vì kiểm tra bệnh án của anh trước khi hỏi, cô vỗ vaingay người đàn ông và nói:

“Anh cứ ngửa cằm lên như thế này”, cô dặn. “Trong vài ngày nữa, anh sẽ có cảm giác hoàn toàn bình thường, như thể chưa Từng phẫu thuật vậy. Như tôi này, tôi đã từng trải qua một cuộc phẫu thuật tương tự cách đây hai năm, nên tôi biết anh cần gì.”

Người nam bệnh nhân bỗng bối rối, đỏ mặt tía tai.

Anh ta vừa trải qua phẫu thuật *cắt bao quy đầu*.

Còn nữ y tá, chỉ vì không kiểm tra bệnh án trước đó, nên tưởng nhầm là anh ta vừa cắt amidan.

Bài học rút ra: Đừng đoán mò! Biết khán giả của mình là ai, và biết mình đang nói gì.

Thực chất, gần như mọi cuộc nói chuyện trên đời này đều là “giao tiếp trước công chúng” – kể cả khi “công chúng” chỉ gồm một người!

2. Xác định những Tử Huyệt Cảm Xúc giúp gắn kết khán giả với chủ để nói chuyện của bạn

Đây chính là những lý do *đích thực* để khán giả phải lắng nghe bạn nói. Bạn*luôn* có thể tìm ra những nhân tố khiến họ quan tâm chú ý trong phạm vi Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc.

Liệu một Tử Huyệt Bản Thân nào đó có thể giúp bạn thiết lập *mối giao cảm* với khán giả? Hay đó phải là một Tử Huyệt Tiền Bạc, Tình Yêu hay Danh Tiếng?

Hãy suy nghĩ... ghi chú lại... và liệt kê ra những nhân tố có thể có hiệu quả!

Nếu bạn không thể tìm được *dù chỉ là một* Tử Huyệt Cảm Xúc có thể được lây làm động cơ CHỦ ĐẠO để liên kết chủ đề nói chuyện với khán giả của mình, thế thì nói làm gì? *Bạn không có lý do gì để yêu cầu họ bỏ thời gian ngồi nghe bạn nói!*

Các Tử Huyệt Cảm Xúc chính là những nhân tố gây chú ý bất biến.

Bạn luôn *có thể* tìm thấy những Tử Huyệt Cảm Xúc đó trong mọi chủ đề, con người, sản phẩm hay sự kiện, và khiến khán giả phải lắng nghe mình. Hãy tìm cho bằng được ít nhất một tử huyệt!

Khả năng tìm kiếm và phát hiện ra Tử Huyệt Cảm Xúc - hay nói nôm na là "tim đen" - của người khác có thể trở thành một trong những kỹ năng

lợi hại nhất mà bạn có để dễ dàng thành công trong cuộc sống.

Chúng ta sẽ thực hành trong ví dụ sau đây:

Chủ đề nói chuyện: *"Vì sao thắng xe ô-tô cần phải được kiểm tra hai lần một năm?"*

Khán giả: *Các bậc cha mẹ.*

Đâu là những Tử Huyệt Bản Thân có thể có khiến cho những khán giả này bõ công đến nghe bạn nói chuyện? *Nguy cơ hỏng thắng xe gây tai nạn, thương tật, tử vong,tù tội kiện tụng, và sự an toàn của con cái.*

Có Tử Huyệt Tình Yêu trong này không? *Hầu như không có trong chủ đề này, trừ một ít Trải Nghiệm Mới và Lời hứa hẹn Tương Lai có thể được lồng ghép khéo léo trong bài nói chuyện.*

Tiền Bạc?Có. Thắng xe hỏng sẻ dẫn đến thiệt hại tiền của, mất mát, tiền viện phí, bảo hiểm, hư hỏng tài sản.

Danh Tiếng?Có thể có, nhưng không quan trọng lắm.

Suy ra, các nhân tố sẽ khiến khán giả quan tâm chú ý đến bài nói chuyện của bạn nằm trong phạm vi Tử Huyệt Bản Thân và Tiền Bạc Giữa hai cái này, Tử Huyệt Bản Thân chính là nhân tố liên kết CHỦ ĐẠO.

Giờ là lúc chúng ta nghiên cứu tiếp nguyên tắc số ba:

3. Thiết kế nên những ngôn từ hoặc câu văn Thôi Miên Tử Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo

Và sử dụng chúng ngay trong câu nói đầu tiên, câu hỏi đầu tiên hoặc động tác đầu tiên - hoặc bất cứ thứ gì đầu tiên bạn thể hiện!

“Các anh chị có biết rằng có ít nhất hai người trong chúng ta có nguy

cơ tử vong trong vòng tám tháng tới? Đó là hai người nào? Câu trả lời phụ thuộc vào chính các anh chị... cũng như việc các anh chị có thói quen kiểm tra và bảo hành thắng xe ô-tô hai lần một năm hay không..."

Bảo đảm là sau câu trên, khán giả sẽ phải chú ý đến bài nói chuyện của bạn ngay lập tức!

Hãy tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trên cơ sở những thông tin mà bạn có chứ đừng chỉ bê nguyên xi thông tin vào bài nói chuyện của mình! Vì nếu bạn nhồi quá nhiều thông tin khô khan, khán giả sẽ rất dễ chán và mất tập trung!

Hãy tập trung nhấn mạnh và minh họa trực quan những thông tin quan trọng nhất!

Hãy buộc khán giả phải ngẩng đầu và tập trung lắng nghe bạn ngay từ những chữ đầu tiên bạn thốt ra. Bạn luôn có thể làm được điều này.

Trình bày chủ đề một cách chặt chẽ và ngắn gọn, kết hợp vói các phương tiện minh họa, Lời hứa hẹn Tương Lai hoặc Trải Nghiệm Mới thực sự ăn khớp nhau với nội dung trình bày và hành động của bạn!

"Thắng xe ô-tô phải được kiểm tra định kỳ hai năm một lần!"

Giả sử đó là thông điệp chính bạn muốn truyền tải đến khán giả, hãy dẫn dắt họ *đến* nó..và thường xuyên *quay trở lại* nhắc nhở họ về nó. Làm cho thông điệp trở thành *ý lớn quan trọng nhất* của toàn bài!

Khi phần nói chuyện của bạn kết thúc, sẽ có một số khán giả đã nghe và một số khác đồng tình — vì bạn đã *giữ được* sự quan tâm chú ý của họ trong suốt chừng ấy thời gian. Hơn nữa, nhiều người trong số họ sẽ nhớ đến *bạn*, nể trọng và yêu quý bạn hơn vì bài nói chuyện hữu ích của bạn.

Thuật Thôi Miên Cảm Xúc giúp bạn luôn có thể thiết kế ra những ngôn từ, lời nói và những màn trình diễn cuốn hút người xem. Hãy luyện tập và biến kỹ năng đó thành một thói quen, thậm chí một bản năng, để bạn luôn được mọi người nhớ mặt thuộc tên, yêu quý và tôn trọng ở bất kỳ sự kiện nào bạn tham gia! Kỹ năng này cũng sẽ giúp bạn giao tiếp một cách *tự tin, dễ dàng* hơn và hữu dụng cho bạn trong việc hành xử với *bất kỳ* kiểu người nào.

Một học viên của tôi ở Học viện Thôi Miên Cảm Xúc đã thực hiện một bài thuyết trình tuyệt vời với chủ đề "Bưu điện Hoa Kỳ - Người Bạn Tận Tụy của Mọi Nhà."

"Bạn có muốn gặp gỡ người đàn ông vĩ đại đã và đang cống hiến cho chúng ta sau khi ông qua đời nhiều hơn cả lúc ông còn sống?" cô ấy mở đầu bằng một câu nói khó cưỡng. "Con tem này in hình chân dung của ông. Tên ông ấy ư? Chính là Abraham Lincoln!" Ngay từ những câu đầu tiên, cô ấy đã tạo ra được hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc mãnh liệt, cuốn hút khán giả một cách ngoài sức tưởng tượng nhờ khai thác đúng những nhân tố gây chú ý chính yếu.

4. Kết bài mạnh mẽ và tóm gọn được toàn bộ những kết luận quan trọng *mà bạn* muốn truyền tải đến khán giả

Một khi khán giả chăm chú theo dõi bài thuyết trình của bạn tư đầu *đến cuối*,họ sẽ có *ấn* tượng cảm xúc đặc biệt với những gì họ được xem *hoặc* nghe *cuối cùng.*

Với mội buổi nói chuyện*có*chính phụ, người nghe sẽ có xu hướngnhớ những gì họ nghe *cuối cùng*hơn là những gì họ nghe *đầu tiên.*

Dù bài thuyết trình của bạn thế nào chăng nữa, hãy cố gắng làmra một cái kết thật mạnh và thuyết phục để khán giả có thể nhớ và mang theo về nhà!

Trường trung học nọ có một nữ sinh không-có-vẻ-gì-là-nổi-bật tên Bassoff. Cô đang tham gia ứng cử chức Tổng thư ký Hội Sinh viên Học sinh của trường cùng với ba đối thủ nặng ký khác.

Về mặt cơ cấu, Hội Sinh viên Học sinh có tổng cộng ba bộ phận, và mỗi bộ phận đang có bốn ứng cử viên cho vị trí thủ lĩnh. Mỗi ứng viên có một người đại diện có nhiệm vụ phát ngôn, vận động hành lang và thuyết phục các học sinh - sinh viên của trường bầu chọn cho người đó. Tổng cộng, các bạn học sinh - sinh viên sẽ phải ngồi nghe mười *hai người*diễn thuyết về lý do vì sao họ nên bầu chọn cho Từng ứng viên!

Sau vài người đầu tiên, các "cử tri" bắt đầu thấy nhàm chán, mệt mỏi và bối rối vì không biết chọn ai.

Đó là lúc người phát ngôn của Bassoff bước lên bục.

Cô bạn phát ngôn viên này sử dụng ba đồ vật minh họa trước mắt khán giả — một con cá, một cái âm thoa và một bảng tên có viết tên Bassoff trên đó.

Sau khi kết thúc phần nói chuyện dài hai phút của mình, nữ phát ngôn viên của Bassoff bắt đầu *phối hợp* ba thứ "đồ nghề" với một lời kêugọi hết sức mạnh mẽ và ấn tượng như sau:

"Chỉ trong vài phút nữa, các bạn sẽ bước đến thùng phiếu. Khi đó, hãy nhớ B-A-S-S là CÁ!"...cô ấy giơ cao con cá để minh họa và nói tiếp...

"*B-A-S-S-O là HÁT VANG!"*...cô ấy vừa nói câu này vừa gõ âm thoa...

"và B-A-S-S-0-F-F là TỔNG THƯ KÝ HỘI SINH VIÊN HỌC SINH!" Sau cái kết sôi động, bạn phát ngôn viên giơ cao bảng tên ghi tên Bassoff và kết thúc phần trình bày của mình.

Quả nhiên, Bassoff trúng cử với số phiếu áp đảo!

Bạn đã sẵn sàng để áp dụng Bốn Bí Quyết tổ chức một buổi nói chuyện thành công bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc và khiến khán giả phải mê mình như điếu đổ? Hãy xem lại phần tổng kết bốn bí quyết như sau:

1. *Biết mình nói gì*

2. *Xác định những Tử Huyệt Cảm Xúc giúp gắn kết khán giả với chủ đề nói chuyện của bạn;*

3. *Thiết kế nên những ngôn từ hoặc câu văn Thôi Miên Tử Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo;*

4. *Kết bài mạnh mẽ và tóm gọn được toàn bộ những kết luận quan trọng mà bạn muốn truyền tải đến khản giả.*

Hãy áp dụng bốn bí quyết này trong mọi cuộc giao tiếp của bạn.

Rồi bạn sẽ thấy, việc này sẽ giúp bạn rèn luyện và nâng cao kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc mọi lúc mọi nơị và cuốn hút được bất kỳ ai chỉ bằng khiếu ăn nói!

CHƯƠNG 12

Hạnh phúc trong Hôn Nhân nhờ Thuật Thôi Miên Cảm Xúc

Vào buổi tối nọ, ông Smith và bà Smith đang ngồi cùng nhau trong phòng khách.

"Mẩu tin này mắc cười quá em ơi", ông Smith vui vẻ chi tay vào tờ báo đang đọc và nói với bà Smith. "Một phụ nữ nhỏ con, cao chưa đầy một thước rưỡi, nhưng lại đánh te tua ông chồng hành nghề đấu vật nặng hơn trăm kýl"

“Hẳn là ông ta làm gì đó sai nên cô vợ mới như thế!”bà Smith gật đầu, rời mắt khỏi quyển sách đang đọc.”Ông ta đã làm gì mà bị vợ đánh vậy?”

“Ông ta giấu giếm vài đôi tất phụ nữ trong ngăn kéo đựng quần áo của ổng. Bà vợ phát hiện, ngay lập tức phán ổng mèo mả gà đồng!”

"Rồi ông ta có bào chữa gì không?”

"Ông ta nói là ông ta mua về để bí mật làm quà tặng cho vợ nhân ngày sinh nhật", ông Smith vừa kể vừa phì cười. “Trong khi sinh nhật của bà vợ còn một tháng nữa mới đến, nên bà ta không tin."

"Cònanh anh có tin lời ông ta không?" bà Smith quay sang hỏi chồng mình.

"Tất nhiên! Tôi tin chứ. Có lẽ ông ta cũng giống tôi, sợ quên ngày sinh nhật của vợ”.Ông Smith cười lớn. "Có lẽ vợ ông ta *thì* không được như bà!”

“Ý anh là sao?"

“Cưng à, em có bao giờ cho phép anh được quên thứ gì đâu! Em nhắc nhở anh về ngày sinh nhật của em trước đó đến sáu tuần và liên tục nhắc đi nhắc lại cho đến ngày tổ chức sinh nhật!

“Anh dám nói thế à!” bà Smith nhảy dựng lên.

“Cái gì mà đám với chả dám? Đó là sự thật mà em yêu!"

“Đừng gọi tôi là “cưng" nữa!" bà vợ vặn lại một cách đầy bực tức. "Tôi phải chi tiêu tằn tiện suốt nửa năm trời để có tiền mua quà sinh nhật cho *anh*. Còn tôi, tôi mà không nhắc anh thì đời nào anh tặng quà cho tôi”

"Nhưng..."

"Đừng có chối! Trước khi cưới, anh có thể tìm ra vô số lý do để tặng quà cho tôi!”

"Ừ, nhưng giờ chúng ta đâu còn như thời độc thân nữa đâu!" ông Smith cãi lại

“Tôi... tôi ước gì mình được như xưa. Giờ tôi sống với anh chẳng khác gì ở tù!"

"Em... ý em là em thất vọng về anh?"

"Quá thất vọng. Hồi đó mẹ tôi đã từng khuyên can tôi là *anh chẳng được cái tích sự gì hết!"*

"Đừng có lôi mẹ cô vào đây", ông chồng thở dài với một giọng điệu như sắp nổ tung. "Cô thừa biết là bà ta chưa bao giờ ưng tôi."

“Tại sao bà ấy phải ưng? Ai biểu anh dám chê bai mẹ tôi béo và không hợp với đôi bông tai bà ấy đang đeo trước mặt bao nhiêu khách khứa bạn

bè của mẹ!"

"Chê bai à? Sao mà... tôi chỉ..." Ông Smith đứng dậy, quay lưng và mím chặt môi. "Tôi nghĩ là chúng ta đã cho qua chuyện đó rồi chứ, sao cô cứ thích nhai đi nhai lại chuyện cũ hoài vậy? Có gì đâu mà *cô cứ* càu nhàu như... như một *mụ phù thủy* vậy!"

"Phù thủy?" Mắt bà Smith long lên dữ dội không thua gì lửa đèn hàn acetylene.

"Ừ, bà phù thủy già ạ! Tôi chỉ muốn làm cô cười bằng cách kể một câu chuyện vui về một người phụ nữ nhỏ con đánh chồng, mà giờ cô làm rách việc, biến mọi thứ thành ra một trận cãi vã thế này *đây!"*

"Tôi mà rách việc á?"

Hai người họ càng lúc càng to tiếng đến mức cả xóm phải giật mình.

Vợ chồng bác sĩ Clark nhà bên cạnh nhìn nhau thở dài. *"Gia* đình nhà Smith lại gây lộn nữa rồi", bà Clark nói. "Họ không chừa được cái tính *bốc đồng."*

"Chịu thôi", bác sĩ Clark đồng ý. "Anh nghĩ chúng ta nên đóng cái cửa sổ đối diện nhà họ cho đỡồn. Anh cần sự yên tĩnh để xử lý đống hóa đơn này."

"Thôi mà đừng đóng *cửa"*, bà Clark năn nỉ chồng. "Bộ ông không tò mò xem họ cãi nhau vì chuyện gì sao?"

"Không!" ông Clark trả lời dứt khoát. "Anh muốn đóng cửa sổ và anh sẽ làm thế ngay bây giờ. Anh còn nhiều việc phải làm ở đây - và anh cũng không muốn ngã bệnh vì gió lạnh!"

"Anh làm ơn để cửa mờ vài phút nữa để em hóng thêm một chút xem họ nói gì được không?"

"Không là không! Em tò mò tọc mạch chỉ để buôn chuyện với mấy bà hàng xóm chứ gì!" bác sĩ Clark vừa nói vừa đóng cửa sổ. "Anh nghĩ em nên hành xử chín chắn và tập trung lo việc nhà mình sẽ hay hơn!"

Bà Clark bắt đầu nghiêm mặt chống nạnh. "Ông nói thế là quá đáng rồi đấy! Tôi thích nghe ngóng chuyện thiên hạ vì điều đó làm tôi thấy vui. Suốt thời gian qua *anh* làm tôi vui được bao nhiêu lần chứ? Tôi chán cái nhà này lắm rồi, mỗi ngày phải làm đi làm lại những công việc nội trợ tẻ nhạt. Ông bà Smith có thể hơi bốc đồng, nhưng ít ra họ còn có thú vui làm cái này cái kia, rồi đi đây đi đó. Ông Smith cũng chẳng "trùm sò" như anh!"

"Cô chê tôi "trùm sò" à?" ông Clark tức tối đập chân xuống sàn. "Cô nhìn đống hóa đơn này này! Cô tiêu xài gấp đôi mấy bà cô khác *ở* cái xóm này! Cô có ô-tô riêng và..."

"Trời ạ, cái đó là bệnh nhân của ông tặng để thay cho tiền mặt chứ có phải ông mua cho tôi đâu. Ông chưa bao giờ thật lòng tặng tôi một thứ gì, chỉ toàn chiêu trò dỗ ngọt rẻ tiền để tôi câm miệng!"

"Cô nói dối! Không phải như thế - và tôi không muốn nghe cô nói câu đó lần nữa nhé!" ông Clark gằn giọng, cố kìm nén cơn giận đang sôi sùng sục trong người.

Bà Clark xích ra xa ông, tay nắm chặt ghế và tiếp tục lải nhải "Nói dối ư? Sao tôi phải nói dồi hở đức ông chồng vô dụng đáng thương, Từ khi lấy nhau đến giờ anh chưa hề làm được gì cho cái nhà này, trừ việc vỗ béo cái

túi tiền của riêng ông! Ông...!"

Tất cả những gì diễn ra kế tiếp là một cuộc cãi vã long trời lở đất ở gia đình nhà Clark!

Marge and Max là một cặp đôi mới cưới chuyển đến sống ở gần nhà Clark. Họ nghe thấy cuộc đấu khẩu và lắc đầu.

"Nghe cứ như trời sập đến nơi, cưng nhỉ?" anh chàng Max hai mươi sáu tuổi thở dài với một chất giọng trầm nghe như một quý ông xấp xỉ ngũ tuần. "Thật tệ khi ngay cả những người trí thức như ông bà Clark lại *bốc đồng* thế này!"

"Ai mà không như thế chứ?" Marge đáp lại, mắt nhìn về phía chồng mình.

Marge nói chí phải. Không phải nhà Smith bốc đồng, cũng chẳng phải ông bà Clark...

...mà là tất cả chúng ta đều là những sinh vật có nhiều nguy cơ *bốc* đồng *cảm xúc*

Không cần biết *nội dung* nói chuyện là gì, hầu hết chúng ta đều có xu hướng nói ra những ngôn từ hoặc thực hiện những hành động nhằm ám chỉ hoặc chĩa mũi dùi vào một người nào đó. Và nếu người này cũng chính là đối tượng giao tiếp của chúng ta, chắc chắn là họ sẽ *có* những phản ứng nhất định với những ngôn từ và hành động đó.

Những phản ứng đó có thể là một nụ cười, sự thích thú, hoặc cũng có thế là một cử chỉ chau mày, sợ hãi hoặc căm ghét, tùy Từng hoàn cảnh.

Hôn nhân là một lĩnh vực có vô *số "đất* dụng võ" cho Thuật Thôi Miên Cảm Xúc phát huy tác dụng. Quan hệ vợ chồng là một mối quan hệ thân

mật mà trong đó, người này có thể khám phá những cảm nhận sâu kín của người kia bằng cách quan sát tinh tế và nhận diện những biểu hiện bên ngoài có liên quan.

Tình yêu không mù quáng; nó chỉ bị... cận thị mà thôi.

Ngày nay, hàng nghìn cuộc hôn nhân đổ vỡ vì đủ thứ lý do trên trời dưới đất. Nhưng tựu chung, đó đều là những mối quan hệ bất hạnh, và tình trạng này đặc biệt phổ biến ở thành thị.

Quá nhiều những người phụ nữ "ăn chắc mặc bền" với những chuyện khác nhưng lại không chọn một ông chồng "ăn chắc mặc bền"; quá nhiều những người đàn ông cẩn thận trong công việc và sự nghiệp nhưng lại không cẩn thận khi chọn vợ.

Hồi yêu nhau, người ta ví hôn nhân như "thiên đường", đến khi lấy nhau rồi hơn nửa số cặp đôi đó *ráng* nghĩ như vậy dù cuộc sống lứa đôi lúc bây giờ đã là địa ngục! Khi những cơn say nắng đã qua đi và nhu cầu tình dục được thỏa mãn, liệu còn bao nhiêu sự gắn kết về mặt cảm xúc có thể giữ họ lại với nhau?

Nhiều ông chồng bà vợ bất hạnh lo sợ cái lưỡi không xương độc mồm độc miệng của nhau hơn là sự mất mát lòng tự trọng của nhau. Tử một phần ba cho đến nửa số cặp vợ chồng ngày nay chọn phương án ly hôn để giải quyết mọi chuyện. Nếu không có sự răn dạy Tử các nền tảng đạo đức xã hội và tôn giáo, thì con số những cặp vợ chồng chọn cách giải quyết như thế còn có thể tăng đến bao nhiêu nữa?

Kế đến phải kể đến những người ngoài cuộc. Họ cho rằng nguyên nhân các cặp vợ chồng đó chia tay là do không hợp nhau về tình dục, mâu

thuẫn trong chuyện tiền bạc, gia đình, tính khí khắc nhau và nhiều nguyên nhân khác. Tuy vậy, đó thực chất chỉ là những dây mơ rẫy má của một nguyên nhân tan vỡ. Sự thất bại trong giao tiếp!

Vâng, nguyên nhân chủ yếu, thậm chí duy nhất, vì sao hôn nhân thất bại là vì các ông chồng bà vợ KHÔNG biết cách giao tiếp với nhau!

Vợ chồng mà thiếu đi sự Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp, sẽ chẳng *có* cuộc hôn nhân nào tồn tại lâu dài nổi!

Phần lớn con người không thích nghĩ, mệt óc lắm. Họ thích *cảm nhận* hơn. Chỉ khi bạn có thể khuấy động *cảm xúc* của đối phương, thì cuộc giao tiếp giữa hai bên mới dễ dàng có kết quả. Còn khi bạn làm tổn thương *cảm xúc* của họ, giao tiếp cầm chắc thất bại.

Hôn nhân cũng không ngoại lệ. Những mối bận tâm, lo toan và trách nhiệm hàng ngày của ông chồng và bà vợ chính là những bức tường vô hình ngăn cách họ, hạn chế những giao tiếp cần thiết giữa hai người. Chỉ cần bạn phá vỡ được những sự bận rộn này bằng một nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc chính xác và đáng kể, bạn sẽ có thể làm mới tình cảm vợ chồng vào bất kỳ lúc nào và dễ dàng có đời sống lứa đôi hạnh phúc.

Còn nếu bạn liên tục tác động vào Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương một cách tiêu cực và thường xuyên lặp lại hành vi này, bạn chẳng cần trông đợi rắc rối đâu, mà chính rắc rối sẽ tìm đến *bạn!*

Pat và Lorraine cưới nhau đã được ba năm. Lorraine đi làm trong hai năm đầu hôn nhân. Nhưng sau đó, Pat muốn cô ở nhà để tập trung rèn luyện "nhược điểm" khiến anh chướng nhất ở cô - việc tề gia nội trợ.

Mặc dù Lorraine thực sự không muốn rời bỏ công việc ở cửa hàng

bách hóa, cô vẫn quyết định chiều theo ý chồng, một kế toán viên làm nhà nước. Mặc dù không thích làm nội trợ tí nào, Lorraine vẫn cố gắng tham dự các khóa học về nấu ăn, quán xuyến việc nhà và thường xuyên sưu tầm các công thức nấu ăn mới. Kỹ năng tề gia nội trợ của cô cũng tiến bộ hẳn. Lúc bây giờ, cô rất tự hào với thành tích nấu ăn mình đã đạt được.

Tối hôm đó, Pat về nhà sau một trận cưỡi ngựa đấu thương *với* một khách hàng quan trọng.

Lorraine mừng chồng về nhà. Cô ôm hôn Pat với tạp *dề đeo* trên người và xoong chảo trên tay. "Anh yêu, hãy quên hết những bữa ăn không ngon mà em Từng nấu nhé!" cô bảo. "Chúng ta sẽ thưởng thức một món đặc sản thật đặc biệt cho ngày hôm nay — món *thịt hầm Ái Nhĩ Lan* được nấu bằng công thức của riêng em!"

Đôi mắt Pat bừng sáng. "Ô, nghe thật tuyệt. Em thừa biết thịt hầm Ái Nhĩ Lan là món tủ của anh mà!"

Chỉ vài phút sau đó, anh đã ngồi sẵn sàng trên bàn ăn, hít hà cái mùi thơm ngon đến từ món thịt hầm nóng hổi mà Lorraine dọn ra.

Cô ngồi đối diện chồng và quan sát anh thưởng thức miếng thịt đầu tiên. "Anh thấy sao Pat?" cô hỏi một cách háo hức. "Món thịt hầm của em có ngon không?"

Pat nhai thịt rất kỹ, vừa nhai vừa có vẻ suy nghĩ. Sau đó anh nói: “Rất ngon Lorraine - *nhưng không bằng mẹ anh nấu!"*

E hèm!

Lorraine đứng phắt dậy. Một trận cãi vã bắt đầu... diễn tiến nữa... và nữa.

Tối hôm đó, hai vợ chồng ngủ xoay lưng vào nhau. Suốt mấy ngày trời họ không nói vói nhau dù chỉ một câu!

Vào ngày Thứ Ba tuần sau đó, Pat bất ngờ gọi điện thoại về nhà vào buổi trưa. Anh xin lỗi vợ. "Đó là lỗi của anh Lorraine. Anh thực sự xin lỗi. Lẽ ra anhkhông nên nói như thếvới em!"

Cô vợ chấp nhận lời xin lỗi, nhưng sự việc không dừng lại ờ đó.

"Lorraine", anh chồng đề nghị, "tối nay mình đừng ăn tối *ở* nhà nữa. *Tạ*isao chúng ta không xả hơi một bữa để thay đổi không khí nhỉ? Anhhẹn gặp em lúc 6 giờ ở nhà hàng Royale. Ở đó họ có nhiều món *ngon* lắm. Em nghĩ thế nào?"

“Ồ Pat, đó là một ý tưởng tuyệt vời! Thật vui khi hôm nay em không phải đi chợ và chuẩn bị đồ ăn nữa!" cô vợ vui vẻ đáp lại.

Lúc 6 giờ 5 phút, hai vợ chồng được sắp xếp ngồi tại một bàn dành cho hai người trong không gian nhà hàng sang trọng. Ở đó, họ được phục vụ riêng bởi một bồi bàn diện trang phục bảnh bao và ngâm cứu kỹ cả bốn trang thực đơn trong khi Lorraine ung dung thong thả.

Cô gọi món thịt bò phi-lê (filet mignon).

Còn Pat, các bạn có đoán ra là anh ta đã gọi gì sau khi ngâm cuốn thực đơn hết sức đa dạng phong phú như thế đến vài phút?

Bạn đoán chính xác rồi đấy... *"Thịt hầm Ái Nhĩ Lan"*

Sau khi các món được dọn ra, người phục vụ giở nắp nồi thịt hầm. Như mọi khi, Pat ngửi lấy ngửi để cái mùi thịt nóng hổi anh yêu thích.

"Ừmmm!" anh vừa ăn vừa hít hà thật dài đến nỗi Lorraine nhìn anh

một cách ngờ vực.

"Nói em nghe xem. Món thị hầm Ái Nhĩ Lan ở đây thế nào?" *cô* gằn giọng hỏi.

"Ngon tuyệt!" Pat gật đầu hí hửng. *"Y như mẹ anh nấu!"*

BÙM!

Lorraine dậm chân ầm ầm... cô nổi trận lôi đình... tay nắm khăn ăn đập rầm rầm trên bàn... rồi đùng đùng bỏ đi!

Cẩn thận đấy! Bạn biết điểm yếu của đối phương, nhưng có hay ho gì không nếu cứ chọc ngoáy nỗi đau của họ như anh chồng trongcâu chuyện trên? Nếu bạn cứ làm thế; mâu thuẫn vợ chồng là chuyện tấtyếu.

Các mối quan hệ của con người ngày nay sẽ hòa hợp hơn rất nhiều nếu mỗi người có ý thức sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để thấu hiểu nội tâm của đối phương. Nhờ đó, bạn có thể thiết kế ra những ngôn từ và hành động giúp làm nên một mối quan hệ hòa hợp và không xung đột.

Phần lớn các cuộc hôn nhân thường trục trặc vì những chuyệntưởng chừng nhỏ nhặt. Những mâu thuẫn bực dọc giữa hai vợ chồng có thể xuất phát từ bàn ăn, theo chân họ đến phòng ngủ, khiến cho tâm trímỗi người không thể tập trung khi sáng ra đi làm và dễ dẫn đến sai sót trong công việc!

Mối quan hệ giữa bạn và đối phương càng thân thiết chừng nào, bạn càng phải tôn trọng cảm xúc của họ chừng ấy.

Thông hiểu những Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương, và của chính

mình!

Cố gắng nắm bắt Bộ Tứ Tử Huyệt làm nên mô thức cảm xúc cỏa bạn đời, cả những khao khát và nỗi sợ trong đó.

Đằng sau mỗi lời nói và hành động của con người đều có những động cơ cảm xúc nhất định. Hãy nhận diện chúng! Hiểu được nguyên tắc này, bạn sẽ có thể khiến cho Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trở thành công cụ đắc lực *cho bản thân* để xây dựng những mối quan hệ tích cực và lâu bền!

Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn không nhất thiết cứ phải phản ứng ngay với những lời nói và hành động của đối phương; mà bạn có thể nhìn thấy được nhiều điều khác vượt trên cả những biểu hiện bên ngoài.

Khi chúng ta *nhận diện* được những động cơ cảm xúc đằng sau lời nói và hành vi của đối phương, chúng ta sẽ có thể *hiểu* họ hơn, và cả hiểu mình hơn.

Trong hôn nhân cũng như mọi mối quan hệ khác giữa con người vói con người, luôn luôn có những không gian giao tiếp tương hỗ giúp đôi bên tìm thấy sự hòa hợp!

Con người là những sinh vật có cảm xúc. Tử những khao khát và nỗi sợ thuộc Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong lòng, họ làm nên những lớp ngụy trang khác nhau cho những ngôn từ và hành động của mình. Kết quả là thường có hai nguyên nhân chủ yếu vì sao *con* người nói thế này mà không nói thế khác, hành động kiểu này chứ không phải kiểu khác:

1. Nguyên nhân họ tiết lộ cho bạn biết;
2. Nguyên nhân *thực sự*.

Nguyên nhân *thực sự* thường là một động cơ cảm xúc sâu xa liên quan

trực tiếp đến cơ cấu Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của người đó.

Trong hôn nhân, các cuộc giao tiếp giữa vợ chồng thường rât thân mật đến nỗi chỉ một kích thích xa gần nào đó cũng có thể gây nên phản ứng xúc cảm mãnh liệt. Bởi vì các Tử Huyệt Cảm Xúc chính *là* những nhân tố gây chú ý cực mạnh trong giao tiếp, chúng có thể tích cực với người này hoặc tiêu cực với người khác - tùy vào quan điểm về “đúng” và "sai" sẵn có ở mỗi người!

Đó chính là lý do vì sao:

- Các bà vợ thường bảo nhau rằng: "Bạn không thể làm hài lòng tất cả mọi người — đặc biệt là mẹ chồng của bạn!

- Đàn ông thường tính chuyện lâu dài với những người phụ nữ biết lắng nghe họ hơn là những cô gái chỉ xinh đẹp mã ngoài.

- Sai lầm tồi tệ nhất của các bà vợ trong hôn nhân chính là mè nheo cằn nhằn;

- Một người vợ khôn khéo luôn biết giữ hòa khí: "cơm sôi bớt lửa", chồng giận thì vợ bớt lời.

- Trong phần lớn các đôi vợ chồng âm thầm ly dị, Tiền Bạc thường có tiếng nói quyết định.

- Khi một người đàn ông trúng tình yêu sét đánh với một cô gái, say mê cô ta như điếu đổ và cung phụng cô nàng hết cỡ, nhiều khả năng cô ấy sẽ chẳng động đến cây chổi quét nhà sau khi kết hôn.

- Nhiều bà vợ năng động, thích giao tế, ham vui bên ngoài xã hội thường hay bỏ quên những nhu cầu cảm xúc của chồng mình.

- Vơi một cuộc hôn nhân cách tuổi kiểu"trâu già gặm cỏ non ,thường hay bỏ quên nhung nhu cầu cảm xúc của chồng mình.

- Với một cuộc hôn nhân cách tuổi kiểu "trâu già gặm cỏ non", thời gian không dừng lại với người đàn ông đó.

- Nhiều bà vợ có thói quen không tốt là phê phán chồng mình trước mặt người lạ.

- Những gã trai nào hay kéo dài hoặc cường điệu những ngày hẹn hò lãng mạn tươi đẹp thường không thích kết hôn.

- Hàng triệu người vợ thức khuya chỉ với lý do xem phim truyền hình.

- Những người vợ thích than phiền về những sự chi tiêu không cần thiết của mình lại thường không muốn trả lại món hàng, kế cả khi chồng khuyên.

- Nếu bạn xem trọng những cảm xúc của con cái mình trong gia đình, chúng cũng sẽ hình thành thói quen xem trọng những cảm nhận của người khác ngoài xã hội;

- Những người vợ nào hay lấy cớ bị bệnh chi để được chồng quan tâm mới là những người cần được tư vấn tâm lý;

- Sẽ không thể có một cuộc hôn nhân hạnh phúc hòa hợp nếu một trong hai người quá chấp nhặt và khó chiều chuộng.

- Người phụ nữ bất hạnh nhất thế giới là người lấy phải một ông chồng im thin thít và không phản ứng lại bất kỳ điều gì.

- Nếu người phụ nữ nắm mọi quyền quyết đinh trong nhà mà không

thèm hỏi ý kiến chồng, thì anh chồng cũng sẽ không thèm hỏi ý kiến cô ta khi anh ta muốn lừa dối hay ngoại tình.

- Khi một người đàn ông quá cao quyết định cưới một người phụ nữ quá thấp, hẳn là những lý do của anh ta dài như tờ sớ.

- Người đàn ông nào không thích xuất hiện cùng vợ trước mặt người khác hoặc trong các sự kiện hẳn là đang giấu vợ điều gì đó.

- Khi vợ mang thai, nhiều ông chồng chuẩn bị bỏ thuốc lá, còn một số ông khác thì lo đến té xỉu.

- Hầu như không có cuộc hôn nhân nào mà không có cãi vã hay sóng gió!

- Người đàn ông có vợ nào mà có thói khoe của hoặc phô trương gia sản hẳn Ià rất kén tự tin;

- Một người chồng hay người vợ thường xuyên ra ngoài để "tìm người hiểu mình" hẳn là không được bạn đời mình thấu hiếu ở nhà.

- Những cặp vợ chồng nào không biết cách hâm nóng lại tình yêu khi đời sống tình dục đang suy giảm sớm muộn gì cũng mâu thuẫn;

- Ngoại hình quyên rũ có thể hấp dẫn đàn ông, nhưng chính những lời nói và hành xử khéo léo mới giữ được anh ta ở lại với người phụ nữ;

- Việc một người phụ nữ bị lãnh cảm hẳn là kết quả của sự giao tiếp lạnh nhạt giữa hai vợ chồng;

- Những cặp vợ chồng không thường xuyên sóng đôi cùng nhau rồi sẽ có ngày đường ai nấy đi để tìm sự thỏa mãn cá nhân ở nơi khác;

- Người phụ nữ nào chỉ lo tập trung vào con cái đến mức thờ ơ chồng

hẳn là người không biết cách tập trung.

- Người phụ nữ nào hay đòi hỏi chồng phải tặng quà hoặc đáp ứng cho mình cái này cái kia hẳn là không thực sự yêu chồng;

- Khi một người đàn ông nào nuông chiều vợ quá mức, anh ta cũng đang đồng thời làm hư cô ta, khiến cô ta trở nên độc đoán, độc tài... và đáng thương!

- Người vợ chi trở thành bà chủ thực sự của gia đình khi cô ta biết cách khéo léo để cho chồng mình thắng mọi cuộc tranh luận.

- Một người đàn ông tốt sẽ không bao giờ đổ thừa "con hư tại mẹ."

- Một người vợ biết cách đặt đúng câu hỏi và trò chuyện được vói chồng cũng chính là một "tay hòm chìa khóa" đang tin cậy của cả gia đình.

- Rất nhiều bà vợ than phiền rằng: "Chúng tôi chi hợp nhau trong một thời gian ngắn; sau đó ông chẳng thèm nghe tôi nói nữa!"

- Nhiều người vợ luôn muôh chồng mình phải tử tế,.quyết đoán và che chở mình hoàn toàn; nên đôi khi, một cuộc hôn nhân 50- 50 đúng nghĩa chưa chắc đã là điều các bà muốn.

- Sự khác biệt giữa một cô vợ dễ thương và một bà chằn lửa đôi khi chỉ đơn giản là một ông chồng hay về nhà trễ.

Quan hệ giữa cha mẹ và con cái cũng tương tự, việc giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc là vô cùng cần thiết và hiệu quả để hai thế hệ hòa hợp nhau hơn. Cũng như người lớn, tâm trí trẻ con cũng bị chi phối bởi Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Và hiển nhiên, mỗi đứa trẻ là một cá thể khác nhau vói những đặc điểm cảm xúc đặc thù.

Hầu hết các bậc cha mẹ đều thừa nhận rằng một trong những thử thách cam go nhất thế giới mà họ phải chinh phục chính là... khiến cho trẻ lắng nghe và vâng lời. Nếu bạn muốn một người - kể cả một đứa trẻ - lắng nghe mình, bạn phải tác động vào *đúng* Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của người đó.

Trong nhiều trường hợp, Tử Huyệt Cảm Xúc của trẻ hiển nhiên đến nỗi chúng ta thường bỏ qua!

Một học viên nữ của tôi làm nghề y tá. Cô có một con gái sáu tuổi - kết quả của cuộc hôn nhân trước. Khi cô tái hôn và sinh em bé với người chồng mới, con gái riêng của cô rất ghen tức.

Cô bé sáu tuổi làm đủ mọi cách để được quan tâm chú ý. Cô bé trở nên xấu tính, ăn uống trễ nải và thường xuyên đi chơi đến mất hút để khiến mẹ lo lắng. Mọi biện pháp Tử đánh đòn cho đến các hình phạt cấm túc đều không có kết quả, còn biện pháp tưởng thưởng mỗi khi ngoan ngoãn chỉ khiến cô bé thêm lấn lướt.

Cô bé giận dỗi đến nỗi ra tối hậu thư cho mẹ: "Mẹ nói con nghe. Con và em bé, mẹ yêu ai *nhất*?"

Nếu trả lời sai, cô học viên của tôi có thể khiến cho cô bé tổn thương mãi mãi. Nhưng cô đã có một phản ứng vô cùng khéo léo. Cô mỉm cười và mở rộng vòng tay ôm con mình. Câu trả lời của cô: *"Con*chính là cô bé mẹ yêu nhất. Còn em gái con là *em bé* mẹ thương nhất!"

Câu hỏi "cắc cớ" của cô bé đã gợi ý cho người mẹ bởi Tử Huyệt Danh Tiếng được *ám chỉ* rất rõ ràng trong đó. *"Mẹ nói con nghe. Con và em bé, mẹ yêu ai nhất?"*

Người mẹ đã rất tinh ý nắm bắt gợi ý nho nhỏ đó và nói cho đứa trẻ nghe đúng điều nó muốn nghe. Lần đầu tiên "cô *bé"* và "em bé" làm bạn vói nhau sau một thời gian dài căng thẳng!

Như bạn đã thấy, những biện pháp tác động Bản Thân như đe dọa, đánh đòn và cấm túc không thuyết phục được đứa trẻ; tương tự là biện pháp Tiền Bạc, tức tưởng thưởng mỗi khi bé ngoan. Khi đó, Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của cô bé hẳn là nằm đâu đó giữa Tình Yêu và Danh Tiếng. Và nhờ câu hỏi bất ngờ của cô bé, người mẹ đã tìm ra tử huyệt Lớn nhất của em chính là Danh Tiếng.

Không cần phải đợi đến lớn, mà trẻ em mới sáu tuổi đã có thể hình thành những ưu nhược điểm nhất định trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc.Hãy quan tâm và thấu hiểu trẻ nếu bạn muốn chúng tôn trọng và vâng lời bạn. Một đứa trẻ cần rất nhiều thời gian được sống trong một môi trường cảm xúc tích cực để có thể hình thành tính cách tốt về sau.

Trẻ con cũng đầy ắp những cung bậc cảm xúc nắng mưa như người lớn, với những cơ cấu Bộ Tứ Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng nhất định. Càng lớn, những tử huyệt này càng được định hình rõ ràng hơn.

Cha mẹ tinh ý nên sớm nhận biết được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của con cái. Trẻ có thích được thưởng mỗi khi ngoan ngoãn hoặc làm được điều gì đó? Hay bé có quan tâm đên Bản Thân, hoặc có tính ưa sáng tạo thuộc phạm trù Tình Yêu, hay thích thú với Danh Tiếng? Những lời nói, hành vi và phản ứng của trẻ với mọi thứ chung quanh đều sẽ ít nhiều thể hiện tử huyệt cảm xúc của chúng mỗi lúc một rõ hơn. Hãy sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để diễn dịch những gì bạn thấy và nghe ở trẻ!

Người khác lắng nghe bạn khi và chỉ khi bạn nói được điều mà họ muốn nghe hoặc sợ nghe. Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể sử dụng kiến thức của mình về Bộ Tứ Tử Huyệt như một gợi ý để khám phá và nhận diện những nhân tố đó, để Từ đó, bạn có thể giao tiếp thành công hơn.

Bằng cách đó, bạn sẽ rèn luyện được nghệ thuật đối nhân xử thế một cách hiệu quả, tôn trọng, công bằng và yêu thương, cả với người lớn lẫn trẻ nhỏ. Kể cả với những chủ đề khó khăn như tình dục, hạnh phúc cá nhân, tiền nong, sự kiêu hãnh, mâu thuẫn mẹ chồng nàng dâu và chuyện phân chia tài sản, bạn cũng sẽ tìm ra được những nhân tố gây chú ý giúp bạn thiết lập mối giao cảm với những người có liên quan.

Và theo thời gian, khả năng nhận thức và thành thạo Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ tạo động lực cho bạn và những người chung quanh bạn củng cố các môi quan hệ của mình keo sơn và bền vững hơn.

Để bạn có thể kết hôn và hanh phúc bền lâu trong cuộc hôn nhân với người mình đã chọn, khả năng điều khiển những hiệu ứng cảm xúc do những ngôn từ và hành động của mình tạo ra chính là quyển năng mang tính quyết định của bạn.

Điển hình là, ngay cả sự hòa hợp về tình dục cũng đòi hỏi mỗi bên phải biết cách giao tiếp khéo léo với nhau bằng cả *lời nói* và hành động có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc. Những phản ứng về mặt tình dục cũng chính là phản ứng xúc cảm trong giao tiếp giữa hai vợ chồng. Lần nữa, điểm khác biệt giữa việc *cố gắng* giao tiếp một cách khiên cưỡng và giao tiếp *thành công* chỉ đơn giản là bạn có tác động ĐÚNG Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của đối phương hay không!

Hầu hết các cặp đôi không hiểu nhau về mặt cảm xúc - chứ không phải về thể xác. Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, họ mới có thể khai phá và tận hưởng trọn vẹn niềm hạnh phúc tuyệt vời của tình dục lứa đôi!

Cô E. là một học viên của tôi, làm nghề nhà văn tự do. Cô đã kết hôn được chín năm và có hai con. Mặc dù vợ chồng cô không có gì trục trặc, cô vẫn luôn cảm thấy chán ngán cuộc hôn nhân của mình. Suốt mấy năm trời làm vợ, cô chưa bao giờ được "lên đỉnh", đến nỗi cô tự kỷ ám thị rằng mình quả thật không thể thăng hoa trong tình dục được.

Đôi với cô, tình dục chỉ là một trách nhiệm và nghĩa vụ để "chồng không đi rông!"

Tuy nhiên, càng về sau, sự thiếu thốn cảm giác thăng hoa lâu ngày khiến cô trở nên cáu kỉnh, viện đủ mọi lý do để không phải gần gũi chồng. Cô khóc lóc tâm sự với tôi rằng điều đó càng lúc càng khiến cho chồng cô dễ nổi nóng, bạo lực và dọa chia tay nếu cô không đáp ứng.

Cô E. bước vào cuộc hôn nhân một cách bình thường như bao phụ nữ khác. Và cũng giống như những người phụ nữ đó, cô cho rằng mình đã có kiến thức nhất định về tình dục, nhu cầu tình cảm bình thường và luôn tỏ vẻ viên mãn với cuộc hôn nhân.

Tuy vậy, thực chất là sinh hoạt vợ chồng thường xuyên thiếu chất đến nỗi những khao khát và mong đợi của cô trở nên "...chán như phủi bụi - mà tôi cực ghét công việc phủi bụi nhà cửa!"

Lần đầu cô E. tâm sự vấn đề cá nhân của mình với tôi là vào buổi thứ hai của khóa học Thôi Miên Cảm Xúc gồm mười ba buổi. Cô ấy cần ngộ ra câu trả lời cho vấn đề Tử lúc đó cho đến khi khóa học kết thúc. Cô không

còn nhiều thời gian, trong khi nỗi lo ngày một lớn dần.

Chúng tôi trò chuyện với nhau hết hai tiếng đồng hồ. Cô ấy đã rất cẩn thận và chịu khó ghi chú lại toàn bộ những lời hướng dẫn của tôi. Để rồi sau đó, thể theo lời yêu cầu của tôi, cô ghi nhớ những điều đó rồi xé vụn đống giấy ghi chú, vứt chúng vào sọt rác.

Từ đó trở đi, cô E. áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để giao tiếp hàng ngày với chồng. Cô rèn luyện cho mình kỹ năng đặt câu hỏi và thuần thục những ưu thế giao tiếp của chúng. Cô tự nhắc nhở bản thân mình về sự khác biệt cá nhân giữa cô và chồng về những quan điểm, nhu cầu của nhau và ưu tiên đặt những cảm nhận của chồng*trên* mình. Cô bắt đầu cười nhiều hơn, nữ tính hơn, và thường xuyên nhìn chồng một cách say mê và đầy tính cảm như thuở mới yêu.

Và cái gì đến phải đến, chồng cô bắt đầu nghi ngờ... và chú ý hơn đến cô. Đây quả thật là một Trải Nghiệm Mới lãng mạn đối với anh trong cuộc hôn nhân suốt nhiều năm trời không có gì mới mẻ!

Cũng phải mất nhiều ngày để sự thay đổi của cô E. thực sự tác động được đến chồng. Nhưng nó đã làm được điều đó!

Anh chồng gỡ bỏ sự khô khan cứng nhắc thường ngày và bắt đầu khao khát cô, với mức độ ham muốn gia tăng Từng ngày.

Với ngọn lửa đam mê được khơi dậy, anh bắt đầu chủ động "tấn công" cô và được nhận thêm nhiều Trải Nghiệm Mới. Cô E. không còn viện cớ trốn tránh hay thụ động "chịu trận" như trước. Thay vào đó, cô thẳng thắn *giao tiếp* với anh, phản hồi lại mọi cử chỉ yêu đương âu yếm của anh.

Hành động và biểu cảm của cô khiến anh cảm thấy rằng anh đã làm rất

tốt... *mặc dù thật tâm cô ấy vẫn chưa thỏa mãn trong vài lần đầu!*

Tuy nhiên, *bằng những lời nói và hành động ngọt ngào của mình, cô ấyđã làm tăng thêm cho chồng cái uy danh*, *thể diện, cái Danh Tiếng mà đấng mày râu nào cũng muốn nắm giữ trong cuộc sống vợ chồng, mà tình dục không ngoại lệ!*

Bằng cách làm cho chồng hài lòng trước, cô dần dần khiến anh chồng tự khắc quan tâm hơn đến những nhu cầu và cảm xúc của cô. Để đáp lại *cô,* anh cũng trở nên sáng tạo và điêu luyện hơn trong sinh hoạt chăn gối đó giúp cô thăng hoa. Điều này đã giúp loại bỏ dần sự nhàm chán và tẻ nhạt mà cô vẫn phải thường chịu đựng trước kia.

Vài tuần sau, cô E. tươi tắn chia sẻ với tôi rằng sinh hoạt vợ chồng của cô đang tuyệt vời hơn bao giờ hết. Chồng cô càng lúc càng dịu dàng hơn và quan tâm hơn đến cô về nhiều mặt... và lần đầu tiên cô được trải nghiệm cảm giác "lên đỉnh"!

Để hôn nhân được hạnh phúc vững bền, sự giao tiếp về mặt cảm xúc quan trọng không thua gì đam mê. Để có được một sự giao cảm gắn kết vợ chồng, bạn phải dùng đến Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Khát khao tình dục là Tử Huyệt Tình Yêu, còn thỏa mãn tình dục là Tử Huyệt Bản Thân. Nếu vợ chồng muốn đạt đến đỉnh thăng hoa cao nhất, nghệ thuật yêu đương phải kích thích được cả thể xác lẫn cảm xúc, khi mà những lời nói và cử chỉ ngọt ngào của hai bên chạm được vào nhau, tức khẳng định giá trị Danh Tiếng của nhau trong giao tiếp giữa hai người.

Đây là một quyền năng khác cực mạnh của Thôi Miên Cảm Xúc mà trong đó, Tử Huyệt Danh Tiếng đòi hỏi cả vợ và chồng phải *gỡ bỏ* mọi rào

cản, sự kìm nén và thể hiện cảm xúc hài lòng hết mình…và điều quan trọng là phải đúng thời điểm!

Hôn nhân là một tình trạng của tâm trí được bao bọc bởi cảm nhận và cảm xúc. Muốn thâm nhập thành công tâm trí đó, bạn phải xuyên thủng được những rào cản bận tâm lo lắng bằng những ngôn từ và hành động Thôi Miên Cảm Xúc.

Sau đây là mười nguyên tắc giúp bạn hạnh phúc bền lâu trong hôn nhân:

1. Trước và sau khi kết hôn, hãy xác định được Tử Huyệt Cảm xúc CHỦ ĐẠO của người bạn đời càng sớm càngtốt

Đây chính là cách hiệu quả nhất giúp vợ chồng dễ dàng thấu hiểu nhau ở cả những vấn đề *quan trọng* hoặc những việc *nhỏ nhặt* khác trong cuộc sống. Nếu bạn không hiểu họ *trước* khi cưới, bạn sẽ khó lòng tiếp nhận được con người thật của họ *sau* khi cưới. Đừng vì sự khinh suất đó mà tạo mầm mống cho bất hạnh. Hãy dùng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc! Khám phá những điều mà bạn đời của bạn quan tâm hoặc sợ hãi! Sự thấu hiểu lẫn nhau vẫn luôn là nền tảng cho mọi môi quan hệ thành công giữa con người với con người!Ưu tiên những nhu cầu cảm xúc của người kia hơn bản thân mình.

2. Ưu tiên những nhu cầu cảm xúc của người kia hơn bản thân mình

Hãy hành động chiều theo những nhu cầu của đối phương cũng như những gì mà họ cần và đặt nhu cầu của mình ra sau họ, nhưng cũng không được quá nuông chiều. Trong hôn nhân cũng như mọi mối quan hệ khác,

hãy *cho đi* trước nếu bạn muốn được *nhận!* Với một sự kiên trì chân thành, cả hai người rồi sẽ *hòa hợp* như một!

3.Để cho chồng cảm thấy rằng anh ta chính là ông chủ gia đình

Khi đó, anh ta sẽ quyết đoán, ân cần và chở che bạn hơn. Hãy thể hiện sự đồng tình của bạn với mọi ý kiến của anh ta, đặc biệt là trước mặt người khác. Những phụ nữ quá lấn quyền chồng khó lòng duy trì duợc hôn nhân dài lâu!

4.Muốn thuyết phục đối phương, hãy hỏi... chứ đừng bảo!

Bạn sẽ dễ dàng thuyết phục và thu phục lòng người hơn nếu bạn biết cách đặt câu hỏi thay vì lớn tiêng bảo ban hay ra lệnh. Hãy nhớ, dâu chấm hỏi có sức thuyết phục và khả năng Thôi Miên Cảm Xúc áp đảo dấu chấm than!

5. Lắng nghe! Lắng nghe! Và lắng nghe!

Mỗi khi giao tiếp, hãy nhìn *sâu* vào đôi mắt của đối phương. Hãy thể hiện rằng bạn thực sự quan tâm đến những lời nói, ý kiến, quan điểm hoặc vân đề của đối phương. Hạn chế sự phân tán tư tưởng khi đối phương đang trò chuyện với bạn. Nhiều ông chồng thích ra tiệm hớt tóc thanh nữ chẳng phải vì ở đó có thợ hớt tóc giỏi, mà vì ở đó có những cái miệng ngọt ngào và những đôi tai biết lắng nghe hơn bà vợ ở nhà!

6 .Đừng tiếc lời khen

Những lòi khen thật lòng luôn có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc mạnh mẽ. Đừng tiếc lời khen đối phương vì mọi việc họ làm cho bạn Tử những cử chỉ, hành động giúp đỡ, món ăn ngon, quần áo cho đến thành tựu sự nghiệp. Những lòi khen chân thật là chất xúc tác cho mối giao cảm vợ

chồng, kể cả vói những việc nhỏ nhặt mà hai người làm cho nhau như rửa xe hoặc dọn thức ăn!

7. Thể hiện đam mê trong ánh mắt, biểu cảm và hành động

Hãy mạnh dạn nhìn vợ hoặc chồng mình thật say đắm, cho họ biết rằng bạn đang *khao khát* họ biết dường nào. Một nụ cười, một món quà bất ngờ, một món ăn ngon, hoặc thậm chí chỉ là một cái nháy mắt đúng lúc - cũng có thể tạo ra hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc thú vị và gắn kết!

8. "Cơm sôi, bớt lửa"

Nếu chồng hoặc vợ bạn đang lớn tiếng giận dữ, hãy đáp lại nhỏ nhẹ khi nói chuyện với họ. Đừng ăn miếng trả miếng, trừ phi bạn có điều thực sự quan trọng cần nói với đối phương. Sau đó, hãy hạ giọng và nói một cách bình thản và chân thành. Hầu hết các cuộc cãi vã đều có thể hóa giải được; nhiều cuộc cãi vã trong đó thậm chí có thể để lại những tổn thương tinh thần *không bao giờ* lành cho cả hai bên nếu người trong cuộc không "hạ hỏa" kịp thời. Tránh xa những chủ đề nói chuyện có thể liên tục đánh vào tử huyệt của đối phương!

9. Đừng hành xử như trẻ con

Việc bạn cư xử như trẻ con hoặc ấu trĩ so với tuổi thật chỉ khiến cho đối phương khó chịu hoặc "lãnh đủ" chứ không ai khác. Nếu bạn muốn mình trông thật trẻ trung và tràn đầy sức sống, hãy đơn giản là giao tiếp và ứng xử thật khéo léo bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, khiến cho đối phương luôn phải lắng nghe, quan tâm chú ý và tôn trọng bạn. Làm được như thế bạn sẽ tự nhiên trông trẻ ra và đẹp hơn trong mắt đối phương. Vấn đề tuổi tác hoặc ai lớn tuổi hơn ai không còn quan trọng khi bạn sử dụng

thành thạo Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trong gia đình!

10. Kẻ thù của hôn nhân: Sự nhàm chán và tẻ nhạt

Thường xuyên hâm nóng Tình Yêu và tạo Trải Nghiệm Mới cho cả hai vợ chồng trong cuộc sống hàng ngày. Chỉ cần vài điều mới nho nhỏ mỗi ngày là đủ để làm sinh động giao tiếp giữa vợ chồng cũng như mọi mối quan hệ thân mật khác! Cũng như món ăn, bạn ăn hoài một món hẳn là sẽ chán, đúng chứ! Do vậy, cố gắng hạn chê'sự tẻ nhạt và nhàm chán trong mọi thứ, Tử ngoại hình, chủ đề nói chuyện, không gian bôi cảnh cho đên những cử chỉ yêu thương!

Trong gia đình, Thuật Thôi Miên Cảm Xúc không chỉ giúp bạn hiểu chính mình, mà còn làm cho bạn *tự tin* hơn trong việc vun đắp và duy trì môi quan hệ vói vợ hoặc chồng, con cái hoặc người thân.

Về mặt cảm xúc, đa phần các cặp vợ chồng luôn chia sẻ một phần động lực cảm xúc giông nhau trong tính thần của nhau. Đây là lý do vì sao mà bạn *có thể* làm cho mổi quan hệ vợ chồng của mình luôn đong đầy hạnh phúc!

Hôn nhân là một môi quan hệ đặc biệt giữa *con người* với *con người.*

Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc luôn trong tư thế sẵn sàng, hôn nhân thất bại là điều khó xảy ra, thậm chí là không tưởng!

CHƯƠNG 13

SỨC MẠNH CỦA THUẬT THÔI MIÊN CẢM XÚC TRONG CÔNG SỞ VÀ SỰ NGHIỆP

"Công việc của cậu sao rồi, Gert?"

"Công việc của mình á? Mình mới nộp đơn xin nghỉ việc tuần trước rồi! Mình không thể chịu nổi bà giám sát đó thêm một tí nào nữa!"

"Nhưng... Gert này! Cậu là nhân viên lâu năm trong đó mà, phải chứ?"

"Ừ,gần bảy năm!"

"Chuyện gì đã xảy ra vậy?"

"Ôi, cái bà giám sát đó! Mình chẳng thể nào tập trung làm việc được khi bà ta cứ liên tục lượn qua lượn lại chỗ mình ngồi để kiểm tra. Cậu nghĩ sao nêu là cậu là mình, thường xuyên bị nhắc nhở oang oang trước mặt*"bá*quan văn võ" trong công ty? Bởi ai? Bởi một "Bà La Sát" không biết cười là gì, chỉ thích chê bai chỉ trích và không bao giờ biết nóicâu "Cảm ơn" mỗi khi nhân viên cố gắng hoàn thành công việc trước thời hạn để làm vui lòng bà ta!"

Có đáng xấu hổ không khi một nhân viên lâu năm, có tài năng lẫn kinh nghiệm của bạn phải nộp đơn xin nghỉ việc hoặc bị đuổi lãng xẹt chỉ vì "chúng ta không hợp nhau" trong công sở?

Hàng nghìn hàng vạn mâu thuẫn diễn ra ở các cơ quan công sở khắp nơi trên thế giới chỉ vì xung đột tính cách. Tổn thất về tiền bạc, công việc lẫn nhân sự do những mâu thuẫn nhỏ nhặt này gây ra lên đến hàng triệu đô-la. Ấy vậy mà trên thực tế, chẳng mấy ai quan tâm xem chuyện gì đã xảy ra đối với tâm trí, cơ thể, cảm xúc và thân nhân của những người trong cuộc để mà giải quyết mâu thuẫn cho đến nơi đến chốn.

Cô Sadie Brown, hiệu trưởng Trường Trung *Cấp* Kinh Doanh, một trong những học viện kinh doanh lâu đời và lớn nhất ở New York, Từng chia sẻ với tôi rằng: "Nhiều cựu sinh viên đang có việc làm ổn định bỗng dưng liên hệ với bộ phận giới thiệu việc làm của trường để kiếm việc khác. Hầu hết lý do các em đưa ra là: "Tôi chẳng thể nào đội trời chung vói mấy người đó"... "Ông sếp đó khó chịu quá, tôi không *biết* đâu mà chiều!"... "Cấp trên chẳng quan tâm gì đến cảm nhận của tôi!" Thế giói công sở là nơi mà mọi người - Tử cấp quản lý điều hành cho đến nhân viên - cần phải có kỹ năng giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc để có thể làm việc vói nhau lâu dài. Vô số những công ty và ông chủ đang Từng ngày Từng giờ thiệt hại biết bao nhiêu tiền của và nhân tài chỉ vì những xung đột hoàn toàn có thể được giải quyết bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!

Việc này cần nhiều thời gian, tiền bạc và công sức, *bất* kể công ty của bạn lớn hay nhỏ. Trong đa phần các trường hợp, một nhân viên mói vào cần thời gian Tử một đến năm tháng để hoàn toàn thích nghi và bắt đầu làm việc xứng đáng với mức lương họ được trả.

Ở Mỹ, nơi mà Tử "bán hàng" hiện diện ở khắp nơi, những thiệt hại chỉ do vài xung đột tính cách ở các cơ quan công sở gây ra có thể quy thành tổng thu nhập quốc gia với giá trị lên đến hàng triệu triệu đô-la.

Không phải xung đột nào cũng kết thúc bằng lá đơn xin nghỉ việc của nhân viên hoặc yêu cầu đuổi việc Tử cấp trên. Thay vào đó, có những xung đột được tiếp diễn dưới dạng những suy nghĩ tiêu cực như "Tôi đếch cần quan tâm đến chuyện mần ăn của cái công ty này nữa!" hoặc "Đợi đấy! Ta sẽ báo thù!" Bạn hãy tưởng tượng xem, những suy nghĩ kiểu này sẽ còn tiếp tục âm thầm khiến cho công ty của bạn tổn thất đến bao nhiêu nữa?

Bạn đã bao giờ phải chịu đựng thái độ hách dịch của một người bán hàng... một điện thoại viên... hay một nhân viên tiếp tân? Hoặc bạn đã bao giờ phiền lòng bởi cách hành xử thiếu chuyên nghiệp của một nhân viên phục vụ, giao dịch viên hoặc bác sĩ thẩm mỹ?

Những lúc đó, bạn phản ứng thế nào?

Thay vì giải tỏa sự phiền lòng ngay lập tức bằng cách đối mặt với người đã khiến bạn khó chịu, hầu hết chúng ta chọn cách im lặng ra đi và tìm nơi khác có sự phục vụ tốt hơn !

Hiện nay, có hơn 20.000 người lao động tự cho rằng họ là những cá nhân xuất sắc đang bị cho ngồi "nhầm chỗ", tức những công việc vừa không khiến họ mãn nguyện mà cũng chẳng kích thích nỗ lực hay sự sáng tạo của họ, những công việc khiến họ thường xuyên lai rai cho hết giờ để được về nhà, những công việc thời thượng liên quan mật thiết đến kỹ năng giao tiếp như quảng cáo, bán hàng, marketing, PR truyền thông và văn hóa nghệ thuật - nhưng những người hành nghề lại chẳng biết làm thế nào để giao tiếp với nhau cho khôn ngoan!

Thế giới công sở ngày nay đang chìm ngập trong những lời than vãn như "Công việc này không hợp với tôi, nhưng tôi có thể làm gì bây giờ?"... "Ngày nào cũng như ngày nào, chán như con gián!"... "Thật tệ khi ông C.

liên tục làm tôi phát cáu trong lúc làm việc. Chỉ việc nhớ đến cái mặt môc của ông ta thôi cũng đủ khiến tôi hỏng cả buổi tối quây quần bên gia đình!"

Mọi sự giáo dục và đào tạo nghề nghiệp đều trở nên vô dụng nếu chúng không dạy được cho con người ta cách làm thếnào *để giao tiếp* với nhau bằng những gì mình học được! Muốn giao tiếp thành công, bạn phải "chinh phục" được người đối diện *về mặt cảm xúc.*

Khả năng thấu cảm càng lúc càng trở nên cần thiết trong môi trường công sở, chuyên môn, các mối quan hệ cá nhân và cả trong những cuộc trò chuyện đơn thuần. Cả người nói và người nghe đều có vô số những cảm xúc và cảm nhận khác nhau. Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp mỗi người khám phá ra những cảm nhận này để cả hai bên có thể khơi gợi những động lực tích cực của nhau nhằm đạt được kết quả như ý!

Mặc dù chúng ta thường hay gọi hành động rời khỏi một công ty là "nghỉ việc", nhưng thực chất, hầu hết những người nghỉ việc hoặc bị sa thải chẳng phải vì công việc. Vài cuộc nghiên cứu gần đây cho thấy trong số những người đạt được thành công trong sự nghiệp, hết 85% nhờ tốt tính hoặc "biết điều", chỉ có 15% thành công nhờ vào trình độ hoặc năng lực chuyên môn mà thôi.

Cứ năm trường hợp nghỉ việc hoặc sa thải thì hết bốn là do xung đột *tính cách* - xảy ra khi người trong cuộc thiếu kỹ năng hòa đồng vói nhau.

Tính cách của mỗi người quyết định cách phản ứng của người đó đối vói ngôn từ hoặc hành vi của người khác. Nếu những lời nói hoặc hành động của một người đánh động vào Tử Huyệt Cảm Xúc của chúng ta một cách tích cực, chúng ta sẽ có xu hướng quý mến tính cách của người đó. Còn nếu những phát ngôn hoặc hành động của một người không làm chúng

ta thích, chúng ta sẽ *chẳng ưa* họ.

Các phản ứng của con người đối với hành vi và lời nói của nhau chung quy đều là những phản ứng của *cảm xúc.* Chúng có thể làm chúng ta phấn khích, phiền toái hoặc thậm chí tổn thương trong tâm hồn.

Sự nghiệp và thương trường là những nơi mà kỹ năng giao tiếp trở nên quan trọng hơn bao giờ hết để bạn thiết lập các mối quan hệ. Bạn giao tiếp càng hiệu quả, sự nghiệp của bạn càng thuận buồm xuôi gió.

Trong công việc, chúng ta tương tác với những thái độ và quan điểm sống của nhau. Một số người cho chúng ta cảm giác rất ấm áp và đầy cảm hứng, vài người khác lại khiến chúng ta thấy nhàm chán hoặc bực bội.

Nhiều người than phiền rằng chỉ cần gặp phải một xung đột tính cách trong công ty là đủ khiến cho họ mệt mỏi kiệt sức đên tận lúc về nhà, thậm chí đến cả khi lên giường ngủ.

De G. là một học viên của tôi. Anh làm nghề lái xe tải cho một công ty xây dựng. Anh không nề hà công việc vất vả, nhưng đến thời điểm nọ, nó đã vượt ngưỡng chịu đựng của anh khi một viên quản đốc mói tên Desmond xuất hiện. Chỉ mới làm việc có bốn ngày, nhưng Desmond kiếm cớ gây chuyện với tất cả nhân viên dưới quyền.

Mấy nhân viên căm ghét Desmond đến nỗi họ đặt cho ông ta một biệt danh ác ý là Desmond 'Tuyệt Vọng" và nguyền rủa ông ta nên "trượt chân té Tử trên mái nhà xuông đất" càng sớm càng tốt.

De G. đặc biệt ghét ông ta đến tận xương tủy. Anh ta căng thẳng đến nỗi mỗi ngày đều về nhà với một "cục tóc" to đừng chỉ chực chờ phát nổ, sẵn sàng cáu gắt với vợ và mắng nhiếc hai đứa con mỗi khi có thể. Anh

không muốn nghỉ việc và cũng chẳng dám làm điều gì sai quấy vì còn phải đi làm kiếm tiền nuôi vợ con. Thế là bao nhiêu cảm xúc bức bối, bất hạnh dồn nén và ám ảnh De G. trong Từng giấc ngủ.

Anh ta hỏi tôi rằng liệu Thuật Thôi Miên Cảm Xúc có thể giúp anh ta làm điều gì đó để "khiến cho Desmond Tuyệt Vọng không còn dám ức hiếp tôi nữa!"

Dù lúc đó đang là đầu giờ học, tôi vẫn quyết định cho phép De G. chia sẻ vấn đề của mình với cả lớp. Khi đó, chúng tôi sẽ có nhiều thời gian hơn để bàn luận và tìm ra những ngôn từ thuyết phục có thể lay chuyển Desmond Tuyệt Vọng mà vẫn giữ được thể diện cho De G. trước mặt những đồng nghiệp khác.

Có bốn học viên là bác sĩ L. (chuyên gia tâm lý), E. (nhà sản xuất phim truyền hình), K. (một thư ký) và F. (nhân viên bán hàng) cho rằng Desmond Tuyệt Vọng thể hiện uy quyền trước mặt nhân viên để chứng tỏ giá trị với cấp trên. Vài học viên khác thì nghĩ rằng bản thân Desmond cũng đang phải gánh vác một trách nhiệm nặng nề là giám sát nhân viên sao cho mọi công việc được thực hiện trôi chảy và đúng tiến độ. Cũng như nhiều quản đốc khác, ông ta không được đào tạo về các kỹ năng giao tiếp với con người, nên ông ta không biết làm gì khác ngoài việc đốc thúc và gây sức ép lên cấp dưới của mình!

Sau khi trả lời thêm vài câu hỏi của chúng tôi, De G. cũng thừa nhận rằng Desmond quả thực là một người quản lý hiệu quả và có tinh thần trách nhiệm cao; ông ta thực sự phải chịu rất nhiều áp lực về mặt tiến độ công việc vì đây là một yêu cầu rất quan trọng trong ngành xây dựng. Tuy nhiên, do Desmond hành xử với mọi người quá khắc nghiệt, nên De G. và nhiều

đồng nghiệp khác có thành lập một bang hội chuyên bao che lẫn nhau để chơi khăm và gây khó dễ cho Desmond.

Sau khi được De G. cung cấp đủ thông tin, cả lớp tiến đến bước áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, phân tích Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc để tìm xem đâu là nhân tố sẽ khiến cho Desmond phải lắng nghe và hồi tâm chuyển ý. Vấn đề ở đây không liên quan gì nhiều đến Bản Thân, Tiền Bạc hay Tình Yêu. Nên câu trả lời chính là Danh Tiếng.

Sau khi xác định đó là Tử Huyệt Danh Tiếng, các học viên bàn luận với nhau để thiết kế nên cuộc đối thoại và hành động mà De G. có thể áp dụng ngay trong ngày hôm sau ở công trường để đạt được mục đích.

Theo kịch bản mà lớp đề ra, sau khi hoàn tất phần việc được giao, De G. nên đi đến chỗ Desmond, nhìn thẳng vào mắt viên quản đốc và nói một cách chân thành: *"Có thể sếp hơi khó tính với bọn em, nhưng em biết sếp là một quản đốc giỏi, có khả năng hoàn thành xuất sắc mọi nhiệm vụ được giao!"*

Và anh ta nên kết thúc câu nói bằng một nụ cười.

De G. cảm ơn cả lớp vì sự giúp đỡ nhiệt tình. Anh hứa là sẽ làm đúng theo như vậy và tường thuật lại kết quả cho tất cả mọi người cùng nghe vào buổi học ngày hôm sau.

Một tuần sau, chúng tôi tập trung cho buổi học tiếp theo thuộc khóa học Thôi Miên Cảm Xúc. Ngay khi anh chàng De G. hí hửng bước vào lớp, anh ngay lập tức được bủa vây bởi các học viên khác. Anh lịch sự yêu cầu mọi người ngồi vào chỗ của mình một cách trật tự trước khi anh chia sẻ.

Anh kể rằng anh đã làm *đúng* như kịch bản mà lớp đã đề ra.

"Tôi đến chỗ quý ông Desmond và nói rằng: *"Có thể sếp hơi khó tính với bọn em, nhưng em biết sếp là một quản đốc giỏi, có khả năng hoàn thành xuất sắc mọi nhiệm vụ được giao!"* kèm với một nụ cười."

"Ông ta nhìn vào mắt tôi, nhìn thấy sự chân thành của tôi và cũng *mỉm cười đáp lại tôiỉ* Rồi ông ta nói "Cảm ơn!"

"Sau đó, tôi quay trở lại xe tải của mình. Lần đầu tiên tôi nhận ra rằng Desmond Tuyệt Vọng không quá "tuyệt vọng" như mình tưởng. Rằng ông ta cũng là một con người bình thường như mình, một người đàn ông đang phải đảm đương một trách nhiệm nặng nề và phải cô gắng hoàn thành tốt nhất có thế!"

De G. chống cằm một cách suy tư. "Các anh chị biết không?" anh ta nói. "Có lúc tôi đã nghĩ, nếu mình là người nghièm túc thực sự, minh chẳng cần phải dùng đến Thuật Thôi Miên Cảm Xúc đối với Desmond thêm một lần nào nữa. Tử khoảnh khắc đó, tôi tự nhắc nhở bản thân mình phải làm việc tốt hơn để làm ông ấy hài lòng, vì tôi không muốn đánh mất sự tôn trọng mà ông ấy đã dành cho tôi!"

"Dần dà", De G. nói tiếp, "những người thợ khác cũng bắt đầu đồng tình với tôi về mối quan hệ hai chiều" giữa sếp và nhân viên, rằng mỗi người chúng tôi đều có những cảm nhận và khó khăn của riêng mình. Sau mỗi ngày làm việc về nhà tôi mệt mỏi lắm chứ, nhưng Tử khi hiểu chuyện, tôi không còn căm ghét Desmond và đem việc về nhà trút giận lên vợ con nữa. Thay vào đó", anh kết luận, "tôi được tận hưởng những giấc ngủ thật ngon vào mỗi tối!"

Hẳn là bạn cũng đồng ý với tôi rằng, chỉ cần nhà quản lý hình thành thái độ tích cực đối với nhân viên, cả công ty sẽ đều vui và mọi người sẽ

làm việc hiệu quả hơn hẳn - còn quản lý tốt nhưng giao tiếp tồi thì chẳng khác nào mặt trăng mọc vào ban ngày.

Con người sẽ dễ dàng hòa đồng với nhau hơn khi họ được thấu hiểu và học cách kiểm soát hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc - tức khả năng thúc đẩy và xui khiến người khác *phải* lắng nghe - trong giao tiếp của mình.

Để có thể thành công hơn, có một công việc tốt hơn với nhiều mối quan hệ giá trị, mỗi người cần có kỹ năng dùng cảm xúc để chuyển hóa thái độ thành hành động một cách đúng đắn. Nếu không, chốn công sở thân thương của chúng ta sẽ ngập ngụa trong những mớ bòng bong xung đột và mâu thuẫn, gây ảnh hưởng tiêu cực lên cả ông chủ và nhân viên lẫn công việc.

Việc thành thạo kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc sẽ mang lại cho bạn nhiều lợi ích và ưu thế cạnh tranh vô giá trong công việc cũng như trên thương trường. Sau đây là Ba Ý Tưởng Quan Trọng sẽ giúp bạn thành công:

1. Hạn chế xung đột

Xung đột tính cách chỉ xảy ra khi có ít nhất hai tính cách riêng biệt đang tương tác với nhau. Lời nói hoặc hành động của người này hoặc người kia đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương... theo cách *tích cực* lẫn *tiêu cực*... hoặc chẳng trúng tử huyệt nào cả gây ra tình trạng chẳng ai chịu nghe ai.

Như tôi đã nói, một khi chúng ta thích những gì người kia nói vì chúng đánh động được cảm xúc của chúng ta một cách tích cực, chúng ta sẽ có xu hướng *thích* cả người đó. Còn một khi chúng ta *không thích* những phát

ngôn hoặc hành động của ai đó, chúng ta cũng ghét lây chủ nhân và có xu hướng chống đối họ một cách cảm tính. Khi đó, chúng ta "nghe nhưng không lắng nghe"... *bất* kể người kia có *mở* miệng nói *hay khôngl*

Theo thời gian, khi một người cấp trên thường xuyên trách mắng và liên tục động chạm đến những điểm yếu cảm xúc của chúng ta, những cảm nhận bên trong chúng ta càng lúc càng bị "đầu độc", và xung đột chẳng chóng thì chày sẽ xảy ra. Thú vị ở chỗ, hầu hết những xung đột tính cách noi công sở thường xuất phát từ những lý do vặt vãnh hơn bạn tưởng!

Vincent là một viên quản lý với thân hình vạm vỡ và chiều cao trên thước tám. Anh làm việc cho một văn phòng phân phối có tiếng ở New York gần tám năm.

Một trong những thuộc cấp của anh là R., một nhân viên mẫn cán chỉ cao chừng thước sáu.

Vincent có sở thích trêu chọc chiều cao khiêm tốn của R. bằng những biệt danh khó nghe như "Quý ngài Tôm Tép"... "Nâm Lùn"... "Người Mẩu"... "Còi Xương Suy Dinh Dưỡng", bất chấp bao nhiêu lần R. yêu cầu lịch sự lẫn van nài anh ngừng ngay trò đó. R. phải chịu đựng hành vi này của Vincent gần như mỗi ngày trước mặt bao nhiêu nhân viên khác trong công ty.

R. thực sự căm giận ông sếp của mình mặc dù Vincent cho rằng mình chỉ "đùa một chút cho vui." Như nhiều người đàn ông có chiều cao khiêm tốn khác, ngay từ nhỏ R. đã thường xuyên bị người khác trêu chọc ức hiếp, và điều này vẫn tiếp diễn ngay cả khi anh đã ngoài ba mươi. Là người trầm tính, anh chỉ phản ứng bằng cách nén giận trong lòng, chẳng nói chẳng rằng và tập trung vào công việc. Do phải thường xuyên dồn nén những cảm

xúc tiêu cực trong đầu, R. thường mắc phải sai sót trong công việc, bị Vincent phát hiện và phê bình trước công ty.

Những khi vị giám đốc điều hành đến kiểm tra văn phòng, ông ta cũng nghe nói về tình trạng Vincent hay trêu chọc R. và thường xuyên yêu cầu viên quản lý dừng ngay trò này.

"Tôi chỉ đùa cho vui ấy mà", Vincent bao biện. "Một chút sự hài hước cho nơi làm việc bớt nhàm chán, sếp đừng lo. Tôi và R. vẫn ổn!"

Nhiều ngày trôi qua. Vincent vẫn không bỏ được thói xấu cũ, tiếp tục oang oang những "Nấm Lùn"... "Giun *Dế*... "Chân Ngắn" cho cả phòng cùng nghe mỗi khi R. xuất hiện.

Một buổi chiều nọ, R. quyết định không nhịn nhục nữa. Anh ta chờ cho tất cả những nhân viên khác ra về hết, đến gặp Vincent và yêu cầu sếp mình chấm dứt ngay trò trêu chọc.

Khi Vincent Từ chối lời yêu cầu bằng một nụ cười xấc xược, anh ta được R. tặng ngay một quả đấm vào mặt. Vincent ngã sóng soài ra sau với một con mắt bầm đen.

Tức giận, Vincent thề sẽ méc cấp trên đuổi việc R. ngay ngày hôm sau.

Khi anh ta yêu cầu vị giám đốc điều hành cho R. nghỉ việc, anh ta bị "dội ngay một gáo nước lạnh."

"Xin lỗi anh nhé Vincent", vị giám đốc điều hành tuyên bố chắc nịch. "R. sẽ ở lại, và *anh sẽ* phải đi. Chính anh là người gây chuyện, và anh vừa chứng tỏ rằng anh không phải là một viên quản lý tốt như chúng tôi mong đợi!" Sau đó, vị giám đốc đang ngồi bỗng đứng lên, rướn thẳng người hết sức có thể. "Anh không còn làm việc ở đây nữa, nên tôi cho anh cơ hội

được nhìn *tôi* rõ hơn. Thấy không?"

Trong lúc Vincent còn đang nhìn trong tình trạng gần như hóa đá, vị giám đốc tiếp lời: "Tôi thậm chí thấp hơn cả R., nhưng vì anh quá mải mê chọc ghẹo R., đến nỗi chẳng nhìn thấychiều cao của *tôi"*

Câu chuyện trên được chính vị giám đốc đó kể tôi nghe.

Chỉ một xung đột tính cách nho nhỏ là có thể dẫn đên hàng loạt thiệt hại, Tử những cảm xúc tiêu cực bị dồn nén, giảm lương, mất việc, bệnh tật, cho đến sự sa sút về mặt tình thần, gia đình lục đục và những mối quan hệ đổ vỡ. Xung đột tính cách nghiêm trọng như thế sao nhiều người trong chúng ta cứ hay là nạn nhân của nó?

Bất kể chúng ta là ai, là Nhân viên, Quản lý, Giám đốc hay Chuyên gia, tất cả chúng ta đều *có thể* nổi nóng. Trong khi thực tế hầu hết các vụ việc gây ra do "nóng trong người" đều không đáng phải xảy ra.

Hãy đọc thật kỹ Chương Chín để hiểu rõ và thành thạo kỹ năng đặt câu hỏi trong giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc. Rèn luyện kỹ năng sử dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để giải quyết những xung đột bất đồng trong Chương Mười. Luyện tập thường xuyên để những kỹ năng này trở thành một phần quan trọng trong tính cách và phân xạ của bạn. Hãy luôn trang bị chúng trong *mọi* mốiquan hệ vá tình huống giao tiếp!

Hãy hạn chế tối đa xung đột mâu thuẫn nơi công sở!

Những xung đột này không chỉ khiến bạn đánh mất sự tôn trọng Tử người khác, bỏ lỡ nhiều cơ hội thăng tiến mà còn làm giảm uy tín và khá năng thuyết phục của bạn.

2. Nhận diện những người hòa hợp với mình về mặt cảm xúc

Tất cả nhân viên trong công ty đều là con người. Các quản lý,giám đốc điều hành và khách hàng cũng là con người.

Là con người, chúng ta luôn mang theo trong mình những nỗi lo toan, bận tâm gắn liền với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Nếu chúng ta muốn có được công việc ổn định, làm việc hiệu quả và phòng tránh tối đa những mâu thuẫn không đáng có nơi công sở, chúng ta cần phải nhận diện và tôn trọng lẫn nhau, rằng chúng ta là những *cá nhân riêng biệt*, không ai giống ai.

Mặc dù bạn hoàn toàn có thể duy trì được công việc của mình bằng cách tỏ ra *"biết* điều", "thân thiện" và "tốt tính", đây chỉ là những giải pháp chung chung tạm thời. Nguồn gốc của mọi mâu thuẫn xung đột giữa con người với nhau đều xuất phát từ*những sự khác nhau về cảm xúc* - tức "cảm nhận" của mỗi người!

Chẳng hạn, một lời phê bình riêng tư nhẹ nhàng của một Người Vị Danh lại có thể là một "quả bom nguyên tử" đối với một Người Lãng Mạn. Vì sao ư? Vì những Người Vị Danh *nhạy cảm* vói sự phê bình chê bai gấp nhiều lần so với những người khác!

Nếu bạn muốn có chỗ đứng vững chãi trong công việc hoặc sự nghiệp, *đừng bao giờ* nghĩ rằng mình phải biết nịnh hót bợ đỡ hoặc cúi đầu "gọi dạ bảo vâng" mới là đúng. Không tin ư? Cứ thử nịnh bợ những người đàn ông hoặc phụ nữ có Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* là Bản Thân, Tiền Bạc hoặc Tình Yêu xem.

Trò đó vừa không có tác dụng, vừa khiến bạn có nguy *cơ* xấu hổ ê chề!

Thậm chí, nhiều Người Vị Danh thường ngày thích được khen ngợi

tâng bốc cũng vẫn đủ nhạy đế phát hiện ra những lời nịnh hót giả tạo!

Mọi con người bạn tương tác - Tử nhân viên, đồng nghiệp, quản lý hoặc cấp trên - đều có độ nhạy nhất định với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Tuy nhiên, sẽ luôn có một Tử Huyệt mà họ nhạy hơn những cái khác.

Đó là cái nào?

Bạn có đang phải thuyết phục một người có tử huyệt chủ đạo là Bản Thân? Hay đó là một Người Lãng Mạn? Người đó quan tâm đến Tiền Bạc? hay Danh Tiếng? *Cái nào* trong số đó là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của họ?

Khám phá ra nó ngay!

Khả năng bạn được đề bạt hoặc thăng tiến trong sự nghiệp phụ thuộc vào điều này! Sự hòa hợp giữa cấp trên và nhân viên, giữa bạn và *sếp* của bạn cũng như giữa mọi người trong công ty *sẽ* phụ thuộc vào điều này!

Tôi có một học viên tên L., làm việc trong một cửa hàng nội thất được gần năm năm. B., ông chủ của L. là một người đàn ông phiền phức và hay âu lo. Một mình ông ta tích trữ trong nhà mình cơ man nào là quần áo đi mưa, áo khoác, áo gió, và thuốc bổ nhiều hơn bất kỳ gia đình nào khác.

L. kể rằng anh cùng mấy nhân viên khác trong cửa hàng thường hay buôn chuyện và trêu đùa về nỗi sợ bệnh tật của ông B.. Mãi đến khi tham gia khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi, L. mới khám phá ra rằng những hành động và thói quen "lo bò trắng răng" đến buồn cười của ông B. là những dâu hiệu cho thấy Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của ông chính là Bản Thân.

Một khi nhận diện được điều đó, mối quan hệ giữa L. và ông chủ của

mình trở nên hòa hợp hơn hẳn. L. tranh thủ phụ giúp ông B. mỗi khi công việc khó khăn hoặc dồn dập.

"Sếp đã có quá nhiều việc phải lo lắng rồi", L. nói với ông B., "Để em phụ sếp một tay, đỡ được việc nào hay việc ấy!"

Dần dà, L. càng lúc càng cảm thấy yêu công việc của mình hơn. Anh trở nên chủ động, quyết đoán và tinh tế hơn mỗi khi giao tiếp với ông B. *và* mọi người xung quanh.

Và ông B. cũng chẳng mất nhiều thời gian để nhận ra sự tiến bộ của anh ta. Ông ấn tượng với sự nhiệt tình của L.. Nhờ đó, ông có nhiều cơ hội quan sát cách làm việc và năng lực của anh. Và ông rất hài lòng khi nhận thấy rằng L. có nhiều tiềm năng trở thành một nguòi điều hành giỏi.

Ông B. yêu Bản Thân rất tự hào khi có được một người nhân viên nhiều kinh nghiệm, nhiệt tình và chu đáo như L., người "giúp tôi giải tỏa được rất nhiều gánh nặng công việc!"

L. nhanh chóng được cất nhắc lên vị trí quản lý với mức lương tăng vọt và một chức danh đáng mơ ước. Tất cả chỉ nhờ vào việc anh đã nhận diện được Tử Huyệt Cảm Xúc của sếp mình!

Và cũng nhờ đó, cả anh lẫn ông chủ của mình đều có lợi!

Bạn chẳng thể nào có được một công việc tốt, được tăng lương hay thăng chức nếu không biết cách khiến cho người khác phải lắng nghe mình. Người khác chỉ lắng nghe bạn khi tâm trí của họ được thâm nhập thành công và khi những mối quan tâm lo lắng của họ được giải tỏa. Việc vận dụng *chính xác* những Tử Huyệt Cảm Xúc trong lời nói và hành động sẽ giúp bạn khai mở tâm trí của *bất kỳ* ai, kể cả những cái đầu cố chấp bảo thủ

nhất.

Công việc, sự nghiệp của bạn cũng như thương trường, có hằng hà sa số những cơ hội cho bạn áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để khiến ai đó phải lắng nghe nhằm đạt được mục đích bạn mong muốn. Nếu bạn làm việc *dưới* quyền một người quản lý Vị Lợi, chỉ những việc đơn giản như sự đúng giờ, thói quen tiết kiệm Từng giây Từng phút cũng như tiết kiệm Từng giọt mực trong máy in hoặc Từng kilowat giờ sử dụng điện cũng đủ để bạn gây ấn tượng với viên quản lý này rồi.

Đối với một đối tác Vị Danh, một lời khen chân thành, một câu đảm bảo hoặc một sự trân trọng tinh tế là những thứ sẽ giúp bạn chiếm được thiện cảm của họ, có được lợi thế cạnh tranh hoặc dễ dàng ký được những bản hợp đồng có gía trị. Còn đối với một Người Lãng Mạn, sự hấp dẫn về mặt giới tính, những Trải Nghiệm Mới hoặc một Lời hứa hẹn Tương Lai khả thi sẽ khiến họ phải biết mặt nhớ tên bạn hơn cũng như giúp bạn gia tăng kỹ năng thuyết phục và khẳng định được cá tính của bản thân.

Bạn - và tất cả mọi người chung quanh bạn - sẽ luôn phản ứng trước những câu chuyện hoặc những cuộc giao tiếp liên quan đên những điều bạn quan tâm hoặc khai mở được những cảm nhận thầm kín bên trong bạn.

Hãy tự tin vào chính mình! Rèn luyện kỹ năng giao tiếp cho bản thân bằng cách đọc đi đọc lại các chương sách trong đây để nhận diện được Từng điểm yếu trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bất kỳ ai! Hãy quan sát thật khách quan những lời nói, hành động, vẻ ngoài, thái độ và những dấu hiệu giao tiếp khác của đôi phương để nhìn thấu họ!

Hãy nhận diện càm xúc của những con người đang làm việc cùng bạn!

Rồi bạn sẽ được họ tôn trọng và yêu quý... kể cả những khi phải đưa ra những quyết định quan trọng, chẳng hạn như đề bạt hoặc thăng chức!

3. Ghi chú lại và dựa vào đó để hành động

Tất cả những người giao tiếp vói bạn đều bận rộn. Và bạn cũng vậy.

Trong khi Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn thâm nhập tâm trí của người đối diện và khiến họ lắng nghe bạn, nhưng người đó *chưa chắc* có đủ khả năng Thôi Miên Cảm Xúc để làm *bạn* lắng nghe. Kết quả là, bạn tỏ ra lắng nghe, nhưng *thực chất* chẳng nghe được bao nhiêu!

Tại sao phải gồng mình để nhớ hết mọi thông tin, trong khi bạn có thể làm một việc đơn giản hơn nhiều là *ghi chú.*

a.Luôn thủ sẵn bên mình một cuôn sổ tay và cây viết.

b.Ghi chú lại những điều quan trọng mà bạn được tiếp nhận trong ngày, Tử những chỉ dẫn công việc cho đến những ý tưởng kinh doanh để dễ bề hành động khi cần.

c.Viết xong hẳn một ý rồi hẵng chuyển qua viết tiếp ý khác.

Thói quen ghi chú giúp bạn tiết kiệm thời gian, hạn chế sai sót và mâu thuẫn cũng như làm việc *hiệu quả* hơn hẳn.

Nếu sếp hoặc quản lý của bạn là một người tính tế và quan tâm đến hiệu quả công việc, thói quen cẩn thận và ghi chú sẽ giúp bạn *dễ nổi bật*- một bước đầu tiên đơn giản để bạn được cấp trên để ý và dễ có cơ hội thăng tiến!

Hãy ghi chú lại và dựa vào đó để hành xử hợp lý!

Thói quen này giúp bạn tạo thêm giá trị cho công việc của mình, trở

nên tự chủ hơn, nâng cao kỹ năng quản lý công việc và dễ tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp và khiến cho mọi người yêu quý mình hơn.

Hãy tổng hòa và áp dụng Ba Ý Tường Quan Trọng trên để bạn thành công hơn trong công việc:

1. *Hạn chếxung đột;*
2. *Nhận diện những người hòa hợp vói mình về mặt cảm xúc:*
3. *Ghi chú lại và dựa vào đó để hành động:*

Bất kể bạn là ai hay làm nghề gì, ba ý tưởng trên sẽ giúp:

1. Công việc của bạn tiến triển hơn;
2. Nâng cao khả năng thuyết phục của bạn;
3. Thành công hơn trong việc quản lý con người;
4. Phát huy tính chủ động và óc sáng tạo;
5. Thuyết phục cấp trên *cất* nhắc bạn;

Dù bạn làm bất kỳ công việc hay nghề gì, bạn đều *phải* giao tiếp. Lần nữa, hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trong lời nói và hành động của bạn chính là chiếc chìa khóa để bạn vươn đến thành công và hạnh phúc cá nhân.

Quý ông V. là một bác sĩ nhãn khoa chuyên về kính áp tròng. Ông có nhiều khách hàng là người nổi tiếng trong giới văn nghệ sĩ. Đối với những người này, ngoại hình là mối quan tâm số một, và kính áp tròng là một trong những công cụ làm đẹp yêu thích của họ. Đối với họ, Danh Tiếng quan trọng hơn chi phí đeo kính áp tròng cũng như mọi nhu cầu khác.

Tuy vậy, bác sĩ V. cũng có nhiều khách hàng không thuộc giới showbiz. Họ tìm đến ông do được người khác giới thiệu hoặc vì nhiều lý do khác. Với những khách hàng là người bình thường như thế này, bác sĩ V. gặp rất nhiều khó khăn trong việc trình bày những ưu điểm của kính áp tròng nhằm thuyết phục họ chọn kính áp tròng thay cho cặp kính bình thường họ đang đeo.

Bình thường, hẳn là không dễ dàng tí nào để thay đổi thói quen của một người, nhưng bạn *hoàn toàn có thể* làm được điều đó... chỉ bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Với những bệnh nhân lần đầu đến khám mắt, bác sĩ V. yêu cầu họ đọc vài dòng chữ trên bảng kiểm tra thị lực khi họ vẫn đang đeo kính của mình. Trong lúc bệnh nhân đang chăm chú đọc chữ, bác sĩ V. nhẹ nhàng tháo kính của bệnh nhân và ôn tồn nói: *"Anh/chị có muốn đọc được những dòng chữ kia một cách rõ ràng hoàn hảo - mà không cần phải đeo cặp kính nặng nề như thế này?"*

Hiển nhiên, bệnh nhân gật đầu ngay.

"Mọi chuyện đều có thể", bác sĩ V. đảm bảo, *"khi anh/chị đeo kính áp tròng! Chúng rất thuận lợi và dễ đeo!"*

Chỉ bằng một hành động nhỏ đi kèm với hai câu nói, bác sĩ V. đã thuyết phục được bệnh nhân của mình chọn kính áp tròng thay cho kính gọng! Câu hỏi *"Anh/chị có muốn đọc được những dòng chữ kia một cách rõ ràng hoàn hảo - mà không cần phải đeo cặp kính nặng nề thế này?"* là một Lời hứa hẹn Tương Lai hấp dẫn, được vị bác sĩ *thốt* ra một cách ôn tồn và đúng thời điểm, thế là ông nhận được câu trả lời mình mong muốn Từ phía bệnh nhân. Câu hỏi đó nhắm đúng vào Tử Huyệt Bản Thân - khao

khát được nhìn rõ hơn của các bệnh nhân đến khám mắt và đây cũng chính là tử huyệt *chủ đạo* của họ.

Chỉ khi bạn khiến cho người đối diện phải lắng nghe mình, bạn *mới có cơ may* thuyết phục được họ. Việc đối phương có lắng nghe bạn hay không không liên quan gì đến vấn đề lãng tai, mà nó là kết quả của một hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc được tạo ra một cách chính xác và đúng thời điểm.

Warren là một học viên của tôi. Anh làm việc trong một đại lý kinh doanh các thiết bị tai nghe và trợ thính. Anh tâm sự với tôi rằng, mặc dù công nghệ sản xuất thiết bị trợ thính ngày nay rất phát triển, nhưng nhiều người có nhu cầu trợ thính vẫn không chịu sử dụng chứng.

Lạ nhỉ?

Lý do, nếu họ đeo máy trợ thính, người ngoài nhìn vào sẽ biết ngay là họ bị *điếc*, và họ không muốn như thếl

Vì lẽ đó mà Warren đã lỡ mất rất nhiều khách hàng tiềm năng, những người mà anh không thể thuyết phục họ Tử bỏ nỗi sợ không đáng có đó.

Hãy nhớ, đối phương không bị bạn thuyết phục và *đổi ý* chỉ có thể là do bạn chưa thực sự *thâm nhập* được tâm trí của họ vói một Tử Huyệt Cảm Xúc *phù hợp!*

Sau khi tham gia khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi, Warren đã tự tin hơn vào khả năng giao tiếp của mình, và anh ứng dụng ngay kiến thức vừa học để hiểu khách hàng của mình hơn. Anh dùng trí tưởng tượng của mình để thiết kế ra một cách thức giúp anh đập tan nỗi sợ của khách hàng một cách hiệu quả và bất ngờ.

Đầu tiên, anh kiểm tra thính lực của một người lãng tai chưa bao giờ

dùng đên máy trợ thính.

"Tôi có vài tin tốt lành cho anh đây", Warren tuyên bố với một chất giọng đủ to để khách hàng có thể nghe rõ.

"Tin tốt lành sao?"

"Đúng vậy. Anh *không* bị điếc!"

"Tôi *không* bị điếc à?"

"Không hề. *Người ta điếc khi không chịu dùng máy trợ thính mà thôi!"*

Ngay sau câu nói đó của Warren, người khách hàng thở phào nhẹ nhõm và lựa ngay một cặp thiết bị trợ thính ưng ý.

Câu nói"*Người ta điếc khi không chịu dùng máy trợ thính mà thôi!"* của Warren đã ngay lập tức xua tan nỗi sợ bị người khác phát hiện ra minh điếc của vị khách hàng nọ. Nó khai thông tâm trí của người khách hàng và giúp họ nhận ra *lợi ích* của việc dùng máy trợ thính.

Nhằm đánh trúng vào nhu cầu của khách hàng, Warren đã sử dụng những câu nói có tính chất Danh Tiếng để tác động vào một khát khao mang tính Bản Thân của khách hàng, tức mong ước cải thiện thính lực để có một cuộc sông tốt hơn!

Z. là một học viên khác của tôi. Là giám đốc điều hành của một doanh nghiệp nọ, Z. đã quá mệt mỏi với tình trạng các quản lý dưới quyền liên tục hỏi ý kiến anh trong những công việc mà họ thừa sức tự đưa ra quyết định. Anh muốn giảm bớt tình trạng này vì nhu cầu Bản Thân: để đầu óc được thư giãn và có nhiều thời gian yên tĩnh hơn giữa đống trách nhiệm bộn bề mà một giám đốc điều hành như anh phải đảm nhiệm. Thế là anh áp dụng kiến thức về Tử Huyệt Danh Tiếng để tìm ra một giải pháp không chê vào

đâu được.

Mỗi khi các quản lý dưới quyền đến gặp anh để xin ý kiến về những việc mà họ hoàn toàn có thẩm quyền quyết định, Z. trả lời ngắn gọn rằng: *"Hãy giải quyết công việc theo cách mà anh cho là tốt nhất -và đó là điều tôi cần!"*

Z. kể tôi nghe rằng câu nói *"Hãy giải quyết công việc theo cách mà anh cho là tốt nhất - và đó là điều tôi cần!"* đó hiệu quả đên nỗi nó khuyên khích các cấp dưới của anh nỗ lực làm việc chăm chỉ hơn để *chứng minh* cho anh thấy rằng đó *chính là* những giải pháp tốt nhất mà anh yêu cầu!

Trong mọi mối quan hệ giữa con người với con người, chúng ta tương tác với thái độ của nhau bằng hành động. Dù là bạn đang tìm kiếm một công việc mới hay đang chứng tỏ năng lực với người chủ hiện tại, người mà chúng ta có thể làm họ *vui lòng hơn* cũng sẽ là người *có lợi* cho chúng ta *nhất!*

Bạn có biết đâu là một Tử vô cùng quan trọng có thể giúp bạn chiến thắng trong quá trình phỏng vấn xin việc nhưng lại bị phần lớn các úng viên bỏ quên? Đó chính là Tử "Nhận xét."

Nhận xét *của ai?*

Của người phỏng vấn hoặc nhà tuyển dụng chứ còn ai!

Hầu hết các vị trí được tuyển dụng dựa trên tính cách của ứng viên nhiều hơn là năng lực hay kinh nghiệm của họ. Một khi nhà tuyển dụng đã bị Thôi Miên Cảm Xúc bằng những câu trả lời và hành động thuyết phục của bạn, thì dù bạn có hạn chế về mặt năng lực hay kinh nghiệm đi chăng nữa, nhà tuyển dụng vẫn có thể nhận xét rằng: "Anh X tuy không đáp ứng

số năm kinh nghiệm mà chúng tôi yêu cầu. Nhưng bù lại, anh xử *lý* tình huống rất lanh lợi và thông minh. Anh ta có một tính cách tốt và dễ hòa đồng, *rất có* ích cho công ty chúng ta!"

Hãy nhớ, nhà tuyển dụng cũng là con người, dù đó là một ông sếp hay một nhân viên cấp dưới. Họ là những con người có cảm xúc và cảm nhận... và tâm trí của họ cũng bận rộn như bạn.

Cuộc cạnh tranh tìm kiếm công việc ưng ý thực chất là một cuộc đua xem ai mới là người thâm nhập thành công vào tâm trí của nhà tuyển dụng. Chỉ cần bạn khiến họ phải chú ý lắng nghe mình bằng những ngôn từ Thôi Miên Cảm Xúc phù hợp, bạn sẽ nắm trong tay quyền điều khiển cuộc phỏng vấn và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho riêng mình!

Ethel là một học viên của tôi. Cô ấy là người hướng nội, rụt rè và mảnh khảnh. Tính cách ít nói và kiệm lời khiến cô rất khác biệt với phần đông phụ nữ. "Nhược điểm" này của Ethel khiến mọi người có ấn tượng ban đầu không tốt rằng cô "lạnh lùng" và kém thân thiện.

Trước khi tham gia khóa học Thôi Miên Cảm Xúc, cô vừa Tử bỏ một công việc lâu nằm trong một doanh nghiệp lớn cũng chỉ vì xung đột tính cách với cấp trên. Là một người kỹ tính và cẩn trọng, Ethel muốn tìm một công việc mà ở đó cô có thể tổng hòa được cả sở thích lẫn những kinh nghiệm mình đang có-nhưng đã năm tháng trôi qua mà cô vẫn chưa tìm được một vị trí ưng ý.

Sau khi hoàn tất khóa học, Ethel áp dụng những kiến thức về tâm trí con người và Thôi Miên Cảm Xúc để lên kế hoạch lại cho chiến dịch tìm việc của mình hiệu quả hơn. Nhờ những lá thư xin việc lôi cuốn do cô viết, đã có bốn nơi hẹn cô đến phỏng vấn.

Một trong sỏ bốn công ty đó là nơi mà cô mong muốn trúng tuyển nhất. Vị trí đó khá cạnh tranh, nên cô chuẩn bị cho mình một chiến lược Thôi Miên Cảm Xúc để tiếp cận nhà tuyển dụng.

Ngay khi được cho phép, cô đặt câu hỏi vói nhà tuyển dụng: *"Anh cổ biết rằng phụ nữ thường có tật nói nhiều?"*

Nhà tuyển dụng gật đầu.

Ethel nở nụ cười. "Phụ nữ nói nhiều, nhưng tôi không nằm trong số đó!" Trong lúc nhà tuyển dụng đang hứng thú xem cô sẽ làm gì tiếp theo, cô lấy ngay một tập giấy, viết tên mình, địa chỉ và số điện thoại trên đó: *"Biệt* danh của tôi là Ethel-Kiệm-Lời."

"Anh sẽ dễ nhớ biệt danh này của tôi mà, đúng chứ?" cô hỏi nhà tuyển dụng và đưa cho anh ta tờ giấy mình vừa viết lên.

Nhà tuyển dụng cũng mỉm cười đáp lại: "Rất hân hạnh!"

"Anh có biết vì sao tôi phải yêu cầu anh điều này không?"

"Không, tôi không biết!"

"Vì nếu anh cho tôi trúng tuyển và giao phó công việc này cho tôi, anh sẽ thầy rằng Ethel-Kiệm-Lời sẽ tập trung hết sức để hoàn thành công việc một cách xuất sắc nhất có thể!"

Cô nàng Ethel-Kiệm-Lời vừa tạo ra một Trải Nghiệm Mới thú vị dành cho nhà tuyển dụng - một người đang rất mệt mỏi và ngán ngẩm với những ứng viên tẻ nhạt vô vị. Cái biệt danh lạ tai đã khiến cho nhà tuyển dụng có ấn tượng khó phai về tên tuổi và những phẩm chất của cô.

Cô ấy đã cho anh ta một trải nghiệm *cảm xúc* mãn nhãn... và thế là cô

trúng tuyển!

Ethel đã biến một nhược điểm cố hữu của mình thành ưu điểm trong cuộc cạnh tranh tìm kiếm việc làm!

Để phỏng vấn xin việc thành công, Thuật Thôi Miên Cảm Xúc chính là thứ vũ khí ịợi hại nhất giúp bạn thuyết phục được nhà tuyển dụng, nhờ vào năm điểm sau:

1. Cạnh tranh tìm việc thực chất là một cuộc đua xem ai mới là người thâm nhập thành công vào tâm tri của nhàtuyển dụng

Hãy chuẩn bị thật kỹ trước mỗi cuộc phỏng vấn, mà trong đó quan trọng nhất là chiến lược tiếp cận và gây ấn tượng vói nhà tuyển dụng.
Trước khi bạn đi phỏng vấn xin việc hoặc tham gia các buổi đàm phán quan trọng, hãy ôn lại và rút ra bài học Tử những chương nói về Trải Nghiệm Mới trong cuốn sách này. Biết đâu vào một ngày nào đó, thậm chí là ngay *ngày mai,* những kiến thức này sẽ giúp mang lại cho bạn "công việc trong mơ" hoặc thành công trọn đời!

Nếu bạn có khiếm khuyết về mặt cơ thể hoặc nhược điểm trong tính cách, hãy biến chúng thành những ưu điểm riêng có của bạn! Gắn kết chúng với *cá tính riêng* của bạn nhằm tạo nên Trải Nghiệm Mới đối với nhà tuyển dụng. Cô nàng Ethel rụt rè ít nói đã thành công nhờ chứng minh cho nhà tuyển dụng thấy nhược điểm của mình sẽ *mang lại giá trị to lớn cho công ty* bằng câu nói "Ethel Kiệm-Lời sẽ tập trung hết sức để hoàn thành công việc một cách xuất sắc nhất có thể!"... Một nữ học viên khác của tôi thì mắc phải tật nói ngọng, và điều này khiến cô gặp *rất* nhiều khó khăn trong quá trình tìm kiếm việc làm. Ấy vậy mà cô đã trúng tuyển vị trí quản lý kinh doanh của một khách sạn lớn *ở* New York nhờ tự tín khẳng

địnhvới nhà tuyển dụng rằng: "Tôi là người *nói ngọng* duy nhất dám đứng vào hàng ngũ những nhà quản lý kinh doanh xuất sắc nhất của ngành công nghiệp khách sạn!"

Trải Nghiệm Mới làm bật lên lợi thế cạnh tranh *của bạn,* vì Trải Nghiệm Mới giúp bạn xuyên thủng tâm trí của nhà tuyển dụng và khiến họ buộc phải nhớ đến bạn... *chỉ bạn mà thôi*

2. Biến cuộc phỏng vấn xỉn việc thành một Trải Nghiệm Mới cho chính mình

Nếu như các nhà tuyển dụng luôn khao khát được thưởng thức vài Trải Nghiệm Mới để xóa tan sự nhàm chán tẻ nhạt trong công *việc* thường ngày của họ, thì bạn cũng vậy!

Hãy *trông đợi* và *háo hức* với buổi phỏng vấn xin việc của bạn như một chuyến nghỉ mát!

Nghĩ về nó như một thử thách cá nhân đáng tận hưởng! Đối mặt với nhà tuyển dụng một cách tự tín và vững vàng!

Hãy mỉm cười! Tin rằng mình luôn có thể kiểm soát được mọi tình huống bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc và trí tưởng tượng linh hoạt-kể cả khi bạn phải đối mặt với người phỏng vấn cứng đầu cau có nhất mà bạn Từng biết!

Một khi bạn nhìn nhận cuộc phỏng vấn xin việc như một Trải Nghiệm Mới thú vị đối với nhà tuyển dụng *lẫn* bản thân mình, bạn đã làm cho hiệu ứng của nó tăng gấp đôi, giúp cho phong thái và tính cách của bạn hiện ra sinh động và thuyết phục hơn bao giờ hết... và hiển nhiên là cơ hội trúng tuyển sẽ càng cao!

3. Khiến cho nhà tuyển dụng phải trò chuyện theo cách của bạn - càng sớm càng tốt

Đừng chỉ ngồi trả lời câu hỏi một cách thụ động.

Hãy giữ vai trò chủ động trong buổi phỏng vấn và mạnh dạn phỏng vấn lại nhà tuyển dụng! Chỉ cần bạn tác động đúng Tử Huyệt Cảm Xúc của nhà tuyển dụng, họ sẽ *thích* bạn ngay lập tức!

Ngay khi được cho phép, hãy đặt câu hỏi vói nhà tuyển dụng. Nhận được câu trả lời Tử họ để dẫn dắt đên câu hỏi kế tiếp.

Hãy thuần thục những ưu thế và các nguyên tắc đặt câu hỏi Tử các chương sách trước, ứng dụng chúng ngay lúc này!

Hãy đọc lại câu chuyện của Ethel-Kiệm-Lời và xem cô ây đã *vận dụng các câu hỏi để điều khiển* cuộc phỏng vấn theo ý mình muốn một cách hiệu nghiệm như thế nào! Hãy xem cách các câu hỏi của Ethel đã giúp cô ấy thâm nhập tâm trí bận rộn của nhà tuyển dụng kia... *đóng dấu* tên cô *ấy* trong đầu anh ta... và *dẫn dắt* anh ta đến câu kết luận mà cô mong đợi!

Bạn đã thấy Ethel đảo ngược cuộc phỏng vấn và điều khiển nó một cách kỳ diệu: người đặt câu hỏi và hành động nhiều hơn lại chính là cô ấy, còn nhà tuyển dụng chỉ thụ động trả lời. Hãy nhớ, bạn là ứng viên đi xin việc, *bạn* cũng cần thông tin và các câu trả lời Tử phía nhà tuyển dụng không thua gì những điều mà nhà tuyển dụng cần ở bạn.

Bạn sẽ nhận được câu trả lời *ưng ý* một khi bạn biết cách đặt *đúng* câu hỏi.

Hãy xui khiến nhà tuyển dụng trò chuyện và trả lời bạn càng nhiều càng tốt. Khi những ngôn từ và hành động của bạn gây ấn tượng tốt vói họ,

họ sẽ thích bạn hơn, nhớ bạn hơn những ứng viên khác và sẽ hành động *như ý bạn muốn.*

4. Duy trì sự chú ý của nhà tuyển dụng

Hãy vận dụng những hiệu ứng thị giác để minh họa những gì bạn nói và làm trong khả năng có thể! Điều này giúp bạn tạo thêm lợi thê khi tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của nhà tuyên dụng.

Cũng như bao người khác, người phỏng vấn của bạn cũng có nhu cầu thích được nhìn hơn là chỉ nghe, vì như thế sẽ thú vị và đỡ nhàm chán hơn! Hãy mạnh dạn sử dụng những Tử ngữ tượng thanh, tượng hình có tính chất miêu tả và phối hợp chúng với những động tác hoặc hành động minh họa.

Hẳn là bạn còn nhớ, Ethel-Kiệm-Lời không chỉ nói, mà cô còn hành động trong buổi phỏng vấn: *lấy giấy bút* ra ghi tên, địa chỉ và số điện thoại cá nhân của mình để minh họa trước mắt nhà tuyển dụng. Kế đến, *cô ấy viết:* "Biệt danh của tôi là Ethel-Kiệm-Lời" - thêm một sự minh họa ấn tượng dành cho nhà tuyển dụng. Sau cùng, cô ấy *tự tay đưa tờ giấy có tên và thông tin của mình* cho người phỏng vấn - một động tác minh họa không thừa.

Những động tác và chi tiết minh họa thị giác nho nhỏ này đã khiến cho nhà tuyển dụng phải hồi hộp chờ đợi và theo dõi xem Ethel sẽ làm gì kế tiếp; chúng cũng hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ điều khiển buổi phỏng vấn và duy trì sự chú ý của người phỏng vấn Tử đầu đên cuối.

5. Dừng lại, quan sát và lắng nghe nhà tuyển dụng!

Hãy giao tiếp bằng cả đôi tai và đôi mắt của bạn! Hãy khiến cho người nghe phải *thực sự* chú ý và lắng nghe!

Với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể điều phối bất kỳ cuộc giao tiếp hay phỏng vấn nào, dễ dàng tạo Trải Nghiệm Mói, thực hiện những hiệu ứng thị giác và động tác minh họa, đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng bằng câu hỏi. Tất cả những kỹ năng này sẽ song hành *cùng bạn!*

Bên cạnh đó, hãy làm cho bản thân mình trả nên khéo léo và hiệu quả *hơn nữa* trong giao tiếp với đề xuất sau của tôi:

Bạn cảm nhận như thế nào khi quan sát ngoại hình của nhà tuyển dụng, bàn làm việc, những hành vi và cử chỉ cá nhân của ông ta hoặc bà ta? Trong khi bạn đang trả lời, người phỏng vấn có hay *mất* tập trung thông qua những biểu cảm khó hiểu, những ý kiến hoặc nhận xét ngẫu nhiên của họ? Ông ta hoặc bà ta có thường xuyên cắt ngang lời của bạn?

Hãy nhận diện cảm xúc của họ thông qua các dấu hiệu của Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc!

Có dấu hiệu nào cho thấy nhà tuyển dụng là một Người VỊ Lợi? hay Người Lãng Mạn? Hoặc có dấu hiệu nào cho thấy họ có một sự quan tâm hoặc ám ảnh đặc biệt đối với Bản Thân hoặc Danh Tiếng với tư cách là những Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo*?

Sau khi quan sát xong, dừng lại ngay lập tức!

Giờ là lúc dẫn dắt. Bạn hãy kết thúc câu trả lời của mình cho câu hỏi *của nhà tuyển dụng* bằng một hoặc hai câu hỏi của cá nhân bạn. Những nhận xét của nhà tuyên dụng có ăn khớp với ấn tượng của bạn về họ qua những dấu hiệu về Tử Huyệt Cảm Xúc mà bạn vừa quan sát hay không?

Nếu chúng *không* khớp với những gì bạn nghĩ, mà bạn thì cũng không có nhiều thời gian, hãy tiếp tục trung thành với chiến lược sử dụng Trải

Nghiệm Mới, những hiệu ứng thị giác tác động vào Tử HuyệtBản Thân của nhà tuyển dụng và những câu hỏi khéo léo khuấy động Tử Huyệt Danh Tiếng của họ.

Còn nếu những phản hồi của nhà tuyển dụng *khớp* với những ấn tượng của bạn về họ, giờ là lúc cao trào! Hãy tập trung sử dụng những lời nói và hành động có tính chất đánh động Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* mà bạn quan sát được ở nhà tuyển dụng. Hãy biến chúng thành đòn quyết định của bạn trong cuộc phỏng vấn!

Bạn còn nhớ cậu học viên William của tôi, người đã phỏng vấn xin việc thành công vào chức trợ lý tổng giám đốc của một tập đoàn cỡ trung nọ? Vị tổng giám đốc đã tuyên bố rằng mình "không cần một trợ lý." Ông ta khẳng định với William rằng, "Sức khỏe của tôi rất tốt. Tôi đã một tay gầy dựng cơ đồ này, và người duy nhất nghĩ tôi không nên cố gắng ôm đồm hết mọi việc là vợ tôi. Nhưng như tôi đã nói, tôi không e ngại việc phải có mặt ở văn phòng mười bảy tiêng mỗi ngày để hoàn tất công việc."

Tình huống khó khăn là thế nhưng cuối cùng, William vẫn lật ngược được thế cờ một cách ngoạn mục nhờ tác động vào đứng tử huyệt của vị tổng giám đốc. Ông ta không thiếu Tiền Bạc; Tình Yêu và Danh Tiếng cũng chẳng quan trọng vói ông. Do vậy, tử huyệt *chủ đạo* của ông ta chi có thể là cái còn lại, Bản Thân.

William đã hỏi rằng: "Ông có biết rằng 60% tổng *số* tài sản của Hoa Kỳ đang nằm trong tay các góa phụ?"

Vị tổng giám đốc bị bất ngờ và có phản ứng ngay với câu hỏi đó... và thế là William được chọn trở thành trợ lý của ông ta!

Dù bạn là một ứng viên đi xin việc, nhà tuyển dụng, hay một nhân viên bán hàng, hãy tập thói quen dừng lại, nhìn thật kỹ và lắng nghe đối tượng giao tiếp của mình. Hãy thận trọng và tinh tế- mọi cử chỉ, lời nói và hành động của họ sẽ *bộc lộ* cho bạn thấy Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của họ!

Tất cả mọi con người - trong đó có nhà tuyển dụng của bạn - đều có một Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo nằm đâu đó trong Bộ Tứ!

Hãy dừng lại! Quan sát và tìm ra nó!

Tóm lại, đây chính là Năm Lời Khuyên Hiệu Nghiệm giúp bạn phỏng vấn xin việc thành công:

1. *Cạnh tranh tìm việc thực chất là một cuộc đua xem ai mới là người thâm nhập thành công vào tâm trí của nhà tuyển dụng*;
2. *Biến cuộc phỏng vấn xin việc thành một Trải Nghiệm Mới cho chính mình;*
3. *Khiến cho nhà tuyển dụng phải trò chuyện theo cách của bạn* - *càng sớm càng tốt;*
4. *Duy trì sự chú ý của nhà tuyển dụng;*
5. *Dừng lại, quan sát và lắng nghe nhà tuyển dụng.*

Bạn càng nghiền ngẫm và luyện tập năm lời khuyên trên, bạn sẽ càng nhận ra chúng hiệu nghiệm như thếnào.

Trong một cuộc phỏng vấn bất kỳ, dù là phỏng vấn *xin việc* hay đề nghị *tăng lương* hoặc *thăng chức,* luôn có ít nhất hai người bận rộn: người *nói*và người nghe. *Cả hai*người đều cố thủ trong mình những suy nghĩ và sự đề phòng nhất định khiến cho sự tập trung lắng nghe nhau bị hạn chế.

Thôi Miên Cảm Xúc - khả năng xui khiến người khác và làm cho họ phải lắng nghe mình - sẽ giúp bạn phá tan rào cản trên, thiết lập lợi thế cạnh tranh cũng như sự tôn trọng và thấu hiểu lẫn nhau giữa người nói và người nghe.

Nó là chìa khóa giúp bạn có được công việc tốt, được tăng lương và thăng chức. Nó, vừa là nghệ thuật bán hàng đỉnh cao, vừa là nhân tố quyết định sự hòa hợp giữa cấp trên và thuộc cấp, giữa quản lý và nhân viên.

Nó, chính là Thuật Thôi Miên Cảm Xúc - "bí mật diệu kỳ" của mọi mối quan hệ thành công!

CHƯƠNG 14

THÔI MIÊN CẢM XÚC BẰNG GIỌNG NÓI

Những lời nói và hành động của bạn có thể khiến cho người khác *phải* lắng nghe hay không, điều này không chi phụ thuộc vào chiến lược tiếp cận và nội dung giao tiếp của bạn, mà còn có tác động không nhỏ Tử giọng nói!

Hãy nói câu: "Nói tôi nghe - ngay bâv giờ!"

Bạn hãy nói câu trên một hoặc hai lẩn.

Sau đó, hãy thử nói lại câu đỏ theo nhiồu cách khác nhau. Hãy nói: "Nói tôi nghe- ngay bây giò!" một cách *sợ ìiãi.* Hãy nói câu đó một cách *chần chừ*. Hãy nói nó một cách *giận dừ*. Hãy nói một cách *nghiêm chinh.* Hảy nói một cách *giễu cợt*. Hãy nói một cách... *đằng đẳng sái kiií.* Hảy nói câu đỏ một cách *dãy niềm tin và hy vọng.*

"Nói tôi nghe - ngay bây giờ!"

Bạn hãy tưởng tượng mình đang nói câu trên theo nhiều cách khác nhau trong một khán phòng nhỏ, trên sân khấu của một nhà hát lớn có ban công, nói trước một nhóm ba người nghe đang đứng cách xa bạn chừng hai thước, nói với một người cao lớn hơn bạn và đứng cách bạn chi một thước.

Hãy thì thầm: "Nói tôi nghe - ngay bây giờ!" với một người mà bạn đang muốn trao một nụ hôn, trong khi khuôn mặt của chàng trai hoặc cô nàng đó chỉ cách bờ môi của bạn có vài phân!

Bạn đã thấy giọng nói của mình lợi hại như thế nào rồi chứ: Cùng một câu, nhưng rtó có thể *biến đổi* tùy theo Từng tình huống khác nhau!

Bây giờ, hãy nói câu sau *hai lần:* "Ôi Jack. Làm ơn đừng hôn em!"

Không quên cho vào đó vài sự tưởng tượng lãng mạn nhé:

Hãy hình dung bạn là một cô nàng xinh đẹp. Và bạn trai của bạn muôn trao nụ hôn đầu tiên dành cho bạn. Bạn *thực sự* muốn được anh ấy hôn. Cả hai người bạn đang ở cùng nhau, một mình.

Hãy nói cầu trên thật rõ ràng và lặp đi lặp lại vài lần sau đó; bỏ Tử cuối cùng sau mỗi lần lặp:

"Ôi Jack. Làm ơn đừng hôn em!"

"Ôi Jack. Làm ơn đừng hôn...!"

"Ôi Jack. Làm ơn đừng...!"

"Ôi Jack. Làm ơn...!"

"ÔiJack.Làm...!"

"Ôijack!"

"Ôi...!"

Mỗi Tử bạn phát ra có cường độ giống nhau hay khác nhau? với mỗi câu, bạn có thay đổi hoặc điều chỉnh sự lên giọng hoặc xuống giọng của mình để tăng hiệu quả truyền đạt của lời nói?

Bạn thấy đấy, một giọng nói truyền cảm phải có đầy đủ sự Điều khiên, Sắc thái và sự Rõ ràng. Hãy nhớ nguyên tắc "ĐSR" này. Chúng sẽ giúp bạn dễ dàng tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc chi bằng giọng nói.

Giọng nói của bạn là một nhạc cụ quyền năng. Tùy vào cách bạn chơi nhạc cụ này, nó sẽ khiến cho người nghe của bạn thích thú hay đau khổ.

Kreisler, Heifetz và Stem đều là những nghệ sĩ vĩ cầm vĩ đại nhưng gã Jim-hàng-xóm có thói quen chơi-nhạc-ngay-lúc-bạn-sắp-đi ngủ cũng là một nghệ sĩ vĩ cầm. Điêm khác biệt duy nhất giữa Jim và ba tên tuổi lừng

lẫy kia là tiếng đàn của cậu ta nghe như sáu con mèo ngoao ngoao sau bờ giậu!

Một nhạc công giỏi luôn biết cách *điều khiển* nhạc cụ của mình; một người dẫn chương trình giỏi phải biết làm chủ giọng nói mình. Những giọng nói hay hoặc âm thanh du dương đều có những phầm chất rõ ràng, cỏ sắc thái và phản ánh được tâm trạng của người biểu diễn.

Tương tự như việc minh họa bằng hiệu ứng thị giác, giọng nói của bạn phải gắn liền với sự Thôi Miên Cảm Xúc trong ngôn từ và hành động của bạn. Một cảnh phim yêu đương lãng mạn không thể đi với những giọng nói oang oang om sòm; giọng nói nhỏ nhẹ thì không phù hợp để phát hiệu lệnh chiến đấu ngoài sa trườngl

Giọng nói của bạn trở nên tích cực và đáng tin cậy khi nó được điều khiển sao cho phù hợp với nhu cầu của người nghe.

Chất giọng hay chẳng phải trời sinh là có. Hầu hết chất giọng tự nhiên của chúng ta đều hoặc là quá cao, hoặc là quá trầm. Chẳng phải ngẫu nhiên mà đài truyền hình hoặc đài phát thanh phải lưu tâm *rất* kỹ đến chất giọng của nhân viên khi tuyển người.

Hình dung xem, lúc đó đang là giờ ăn sáng, và bạn thì hì hục cạo râu trong phòng tắm.

Chuông điện thoại bỗng reng inh ỏi trong khi vợ bạn đang chiên trứng trong bếp. Cô ấy nhanh chóng hạ lửa nhỏ và chạy vội đến chiếc điện thoại. "A-lô!" cô ấy trả lời chuông.

"Xin chào Mary", một giọng cao vút trả lời ở đầu dây bên kia. "Làm ơn cho gặp Mike!"

"Chào chị Elsie. Chị chờ một chút nhé!" Cô vợ tiếp tục chạy vội về phía mớ trứng đang chiên dang dở. "Chị Elsie gọi anh kìa!" cô ấy lên giọng gọi bạn. "Anh có thể nói chuyện vói chị ấy trong lúc em đang chiên trứng được không?"

Bạn đến cầm điện thoại và nói: "Xin chào Elsie, có việc gì…." Ngay lập tức, bạn rơi vào một tình huống lúng túng ngoài sức tưởng tượng. Bạn không thể thốt nên lời - trong khi đầu dây bên kia còn bối rối hơn cả bạn.

Ngay khi vợ bạn chiên trứng xong và quay trở ra, bạn càu nhàu: "Đó không phải là Elsie. Mà là anh *John*chồng chị ấy! Anh ây có chất giọng cao như giọng nữ vậy!"

Bạn hoàn toàn có thể gia tăng quyền năng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp bằng cách điều chỉnh giọng nói*của mình-bất kể bạn thuộc chất giọng nào!*

Bạn sẽ làm được điều kỳ diệu đó khi chuyển hóa được ba nguyên tắc sau thành hành động:

1. Đặt mình vào vị trí của NGƯỜI NGHE - bên cạnh vai trò người nói.
2. Áp dụng bộ ba ĐSR - Điều khiển, sắc thái và sự Rõ ràng.
3. Thiết lập "Hộp Điều Khiển Giọng Nói" của riêng mình.

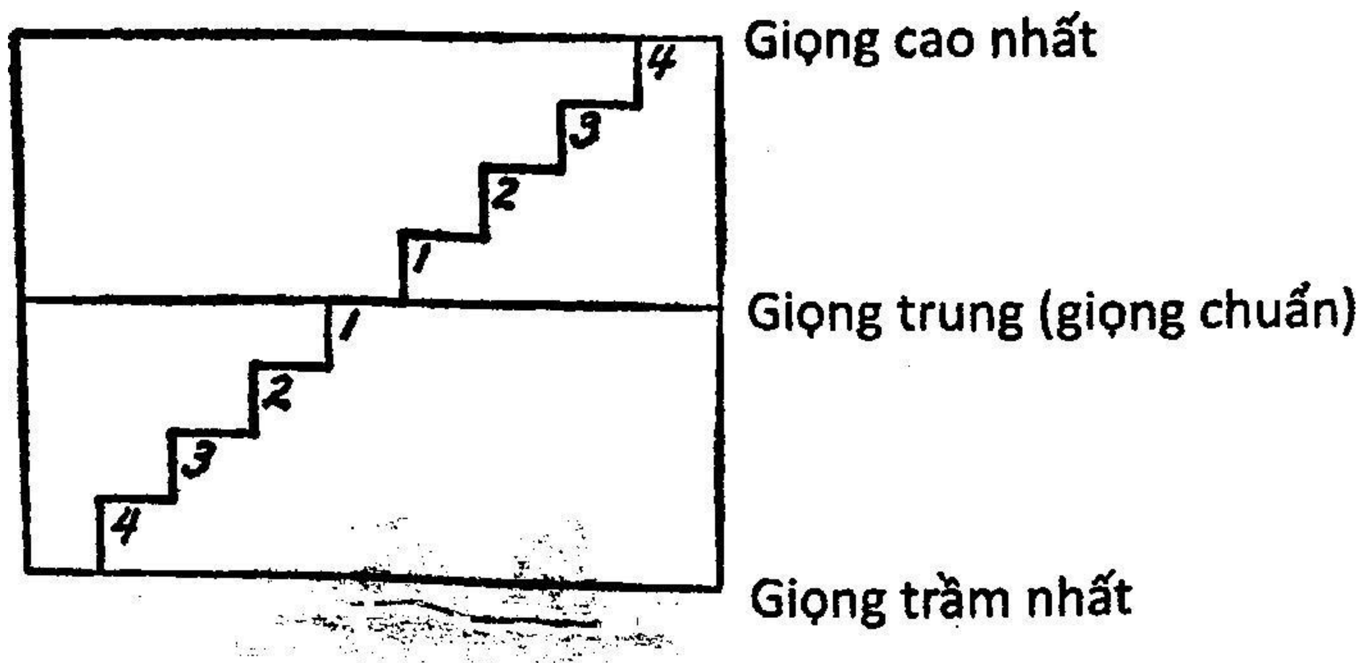
Điều khiển là bước quan trọng trong bộ nguyên tắc ĐSR. Khi bạn làm chủ được giọng nói của minh, nó sẽ "chẳng chạy đi đâu được".

Nếu giọng của bạn quá cao, quá thấp hoặc chưa thu hút, việc *thiết lập* "Hộp Điều Khiến Giọng Mói" sẽ *giúp* bạn cải thiện và *nâng cao chất* lượng giọng nói của mình *chỉ trong vòng năm phút.*

Kế đến, chỉ cần sau năm tuần áp dụng Hộp Điều Khiển Giọng Nói trong giao tiếp hàng ngày, giọng nói của bạn sẽ hay hơn *mãi mãi!*

Hộp Điều Khiển Giọng Nói bao gồm tám nấc - bốn nấc dưới và bốn nấc trên:

Hộp Điều Khiển Giọng Nói



Tất cả chúng ta đều có ba nấc giọng cao, trung, trầm của riêng mình môi khi nói rhuvện. Tuy nhiên hầu hết những lài nói của mỗi người chúng

ta đều có một nấc *giọng trung* không đổi làm nấc chuẩn để lên giọng hoặc xuống giọng.

Ví dụ, bạn hãy nói thật lớn câu: "Hãy giao tiếp và thành công với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!"

Thử nói lại thêm một lần nữa.

“Hãy giao tiếp và thành công với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!"

Tốt. Đó chính là nấc Giọng Chuẩn của bạn. Hãy giữ và nhớ lấy nó nhé!

Bây giờ, hãy nói lại câu trên thêm *bốn* lần nữa. Mỗi lần nói là mỗi lần *hạ giọng xuống một nấc* cho đến khi bạn chạm nấc giọng trầm nhất trong Hộp Điều Khiến Giọng Nói.

Kế đến, lặp lại câu "Hãy giao tiếp và thành công với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!" với nấc Giọng Trầm Nhất của bạn-bất kể nó khó khăn hoặc nghe buồn cười thế nào. Sau đó, nói lại câu trên bằng Giọng Chuẩn... chỉ bằng một lần trở lại duy nhất.

Khi bạn tìm lại được Giọng Chuẩn rồi, lặp lại câu nói thêm một lần nữa.

Sau đó, tiếp tục nói "Hãy giao tiếp và thành công với Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!" Từng bước một trên mỗi nấc cao phía trên Giọng Chuẩn, cho đến khi bạn vươn đến chất Giọng Cao Nhất của mình!

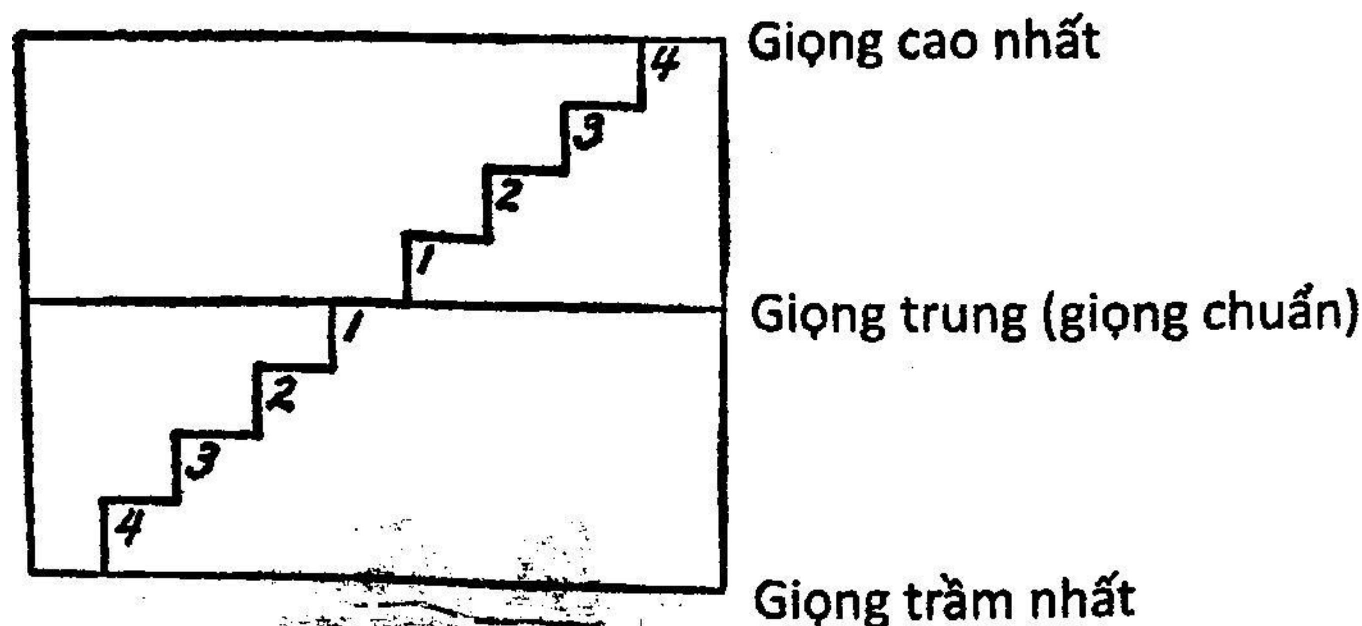
Nếu bạn nhận thấy mình chuyển Tử Giọng Chuẩn sang Giọng Cao Nhất của mình quá sớm mà không thông qua đủ bôn nấc như trong hình, điều đó có nghĩa là *Giọng Chuẩn hiện tại của bạn đang quá cao-và giọng nói bình thường của bạn cũng thế*. Tương tự, nếu bạn chuyển Tử Giọng

Chuẩn sang Giọng Trầm Nhất quá nhanh và không qua đủ bốn *nấc dưới, Giọng Chuẩn hiện tại của bạn đang quá trầm-tức giọng nói bình thường của bạn đang rất nhỏ!*

Rất nhiều người trong chúng ta có nhu cầu cải thiện giọng nói của mình. Và bạn cũng có thể là một trong số đó. Với Hộp Điều Khiển Giọng Nói và một chút thời gian luyện tập, *bạn* sẽ rèn được cho mình một chất giọng lôi cuốn hơn để thu hút mọi người!

Lần nữa, tôi xin tóm lại như sau:

"HỘP ĐIỀU KHIỂN GIỌNG NÓI"



Nếu chất giọng hiện tại của bạn đang quá nhỏ, hãy tập lên giọng và rèn luyện quãng giọng rộng hơn bằng cách nâng cao Giọng Chuẩn! Hộp Điều Khiển Giọng Nói đi kèm với sự luyện tập và áp dụng trong giao tiếp hàng ngày *sẽ giúp* bạn làm được điều đó.

Nếu chất giọng hiện tại của bạn đang quá cao, hãy hạ Giọng Chuẩn

của mình xuống. Nói chậm hơn! Hãy kiên trì luyện tập, rồi bạn sẽ hoàn thiện được cho mình những nấc giọng hay và có kiểm soát hơn. Khi đó giọng nói của bạn sẽ có chiều sâu hơn và bạn sẽ tìm được *đúng* nấc Giọng Trầm Nhất của mình!

Việc sử dụng Hộp Điều Khiển Giọng Nói sẽ giúp bạn cải thiện và nâng cao chất giọng của mình một cách nhanh chóng và dễ dàng.

Một khi xác định được Giọng Chuẩn phù hợp nhất của mình, bạn sẽ làm chủ được các quãng giọng còn lại của mình, Từ nói thầm, diễn đạt nhỏ nhẹ cho đến kiểm soát những lúc cao giọng. Người nghe hoặc khán giả sẽ bị lôi cuốn khi bạn không chỉ Thôi Miên Cảm Xúc họ bằng *hình ảnh* mà còn bằng cả *âm thanhl* Hãy áp dụng điều này trong *mọi* cuộc giao tiếp!

Hàng trăm học viên của tôi đã thành công trong việc sử dụng Hộp Điều Khiển Giọng Nói để cải thiện kỹ năng nói chuyện và lắng nghe của mình mãi mãi. Và bạn cũng sẽ làm được như thế!

Với chữ "Đ" - Điều khiển - trong bộ nguyên tắc ĐSR, bạn sẽ hoàn toàn *làm chủ* được mọi ngôn từ mình phát ra!

Giờ là lúc chúng ta thêm chữ "S", tức sắc thái, vào trong giọng nói của mình.

Hãy "tô màu" cho giọng nói của mình như thể một họa sĩ tài hoa lướt cọ vẽ bầu trời và biển cả. Thêm vào đó những nét chấm phá. Hãy mạnh dạn "nghịch ngợm" vói những sắc thái *khác nhau* trong bức tranh giọng nói của bạn nếu điều đó làm cho người nghe thích thú!

Hãy cười nhiều hơn khi nói. Nụ cười trên đôi môi sẽ tạo nên một luồng

năng lượng tích cực vui vẻ trên cả phong thái lẫn hình ảnh cá nhân của bạn.

Hãy cười mỗi khi nói câu *"Xin chào!"*

Hãy nói *"Xin chào!"* một lần nữa.

Bây giờ, hãy nở nụ cười nói "Xin chào!" bằng *ba cách khác nhau.*

"Xin chào..”

"XIN CHÀO!..."

"Xin chàooo”

Bạn có thấy mình vừa tạo ra vài sắc thái khác nhau trong giọng nói của mình?

Hãy nhớ... mọi sự giao tiếp trên đời này đều là "nói chuyện trước công chúng", trừ trường hợp bạn nói chuyện với chính mình! Chỉ cần tạo những sắc thái đa dạng phong phú trong giọng nói của mình, bạn đã làm cho phần trình bày của mình dễ nghe hơn, hấp dẫn thú vị hơn và hiển nhiên là Thôi Miên Cảm Xúc hơn. Điều quan trọng không phải là bạn nói gì, mà là *khán giả* hoặc *người nghe cảm nhận* giọng nói của bạn ra sao!

Giọng nói của bạn càng đều đều một tông, khán giả càng dễ buồn ngủ. Người nghe của bạn vốn dĩ đã có bao nhiêu điều phải lo nghĩ *trước khi* nghe bạn nói; hà cớ gì bạn còn tiếp tục "hành hạ" họ thêm bằng một chất giọng chán phèo *sau khi* bắt đầu?

Sự nhàm chán tẻ nhạt chẳng thể thâm nhập được tâm trí của ai; nó chỉ càng khiến người nghe thêm vùi đầu vào những mối bận tâm sẵn có trong tâm trí họ. Nếu bạn muốn giao tiếp thành công, đừng chỉ là một anh chàng Johnny-một-màu! Bạn là một người giao tiếp, một diễn giả, chứ không

phải một bác sĩ thôi miên đang gieo rắc sự mơ hồ nhàm chán để đưa đối phương vào giấc ngủ!

Hãy nêm nếm nhiều *sắc thái phong phú* vào giọng nói của bạn nhằm giúp cho nội dung trò chuyện thêm hấp dẫn và kịch tính.

"Quả là một ngày đẹp trời!"

Đúng là vậy - bạn *chắc không*?

Hãy nói *"Quả là một ngày đẹp trời!"*... bằng CẢ HAI cách. Cùng một câu nói, nhưng hai tình huống tạo ra hai sắc thái khác nhau cũng khiến cho bạn có cảm nhận khác nhau về câu nói đó, đúng chứ?

Chúng ta thừa biết rằng những khán giả của mình luôn trông đợi Trải Nghiệm Mới. Thế nên, hãy mạnh dạn thâm nhập tâm trí của họ bằng nhiều cách mà bạn có thể. Và hãy chắc chắn rằng một trong những cách đó là một giọng nói sinh động với nhiều những cung bậc Sắc thái khác nhau!

Hãy tưởng tượng bản thân mình chính là khán giả, đặt mình vào vị trí của họ để hiểu những nhu cầu của họ. Nếu không, bạn có rất nhiều nguy cơ trở thành một "Tiên sĩ gây mê" - một biệt danh "đáng yêu" mà các sinh viên thường dùng để gọi những giảng viên thích thao thao bất tuyệt bất chấp cảm nhận của người học.

Một sinh viên nọ đề nghị vói bạn cùng lóp: "Hôm nay mày có định cúp môn Triết giống tao không?"

"Không!" bạn kia trả lời. *"Tao muốn vào đó ngủ cho ngon*"

Giờ bạn đã hiểu cách làm thế nào để Điều khiển và tạo sắc thái cho giọng nói của mình nhằm gia tăng hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc. Giờ là lúc tiến đên chữ số ba trong ĐSR - chữ R: Rõ ràng.

Bạn đạt được sự Rõ ràng trong giao tiếp khi khán giả hoặc người nghe *hoàn toàn* hiểu những gì bạn nói thông qua chất giọng, hình thức và những cử chỉ mà bạn truyền tải.

Một ứng viên bầu cử nọ có dáng người gầy và cao lêu nghêu. Ông ta minh họa bài diễn văn của mình bằng những động tác quạt hai tay qua đầu nhanh hơn cả cử động môi của mình. Trong lúc đang diễn thuyết, ông ta để ý thấy một quý ông diện quần áo trang trọng dưới hàng ghế khán giả đang rất chăm chú theo dõi Từng nhất cử nhất động của mình trên sân khấu. Vị ứng viên bầu cử cảm thấy phấn khích trước phản hồi nhiệt tình đó của khán giả, nên ông ta tiếp tục động tác quạt tay trong suốt bài diễn văn của mình.

Sau khi kết thúc, vị ứng viên bước xuống khán đài để gặp vị khán giả chăm chú nọ.

"Trông ông có vẻ rất quan tâm đến bài diễn văn của tôi. Ông thích nó chứ?"

"Thưa ngài, tôi không nghe rõ bài diễn văn của ngài cho lắm, và tôi cũng không chắc là mình hiểu những gì ngài nói trong đó", vị khán giả trả lời. "Chẳng hạn, cuộc bầu cử này liên quan gì đên mấy *chiếc cối xay gió,* khi ngài cứ liên tục quạt tay như vậy?"

Sự Rõ ràng giúp bạn gây được ấn tượng *đúng như mình mong muốn* lên khán giả!

Hãy trình bày những gì bạn muốn nói với một chất giọng to rõ và dứt khoát. Hãy điều phối lời nói và hành động của bạn thành một thể thống nhất hòa hợp, rõ ràng và có trọng tâm!

Sau đây là một bài tập hữu ích đã được hàng nghìn học viên khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi yêu thích, ứng dụng và luyện tập thường xuyên. Bài tập này giúp bạn *điều phôi* lời nói và hành động của mình *sao cho phù hợp với nhau* và bảo đảm rằng những gì bạn nói cũng chính là những gì mà người nghe tiếp thu được và không gây hiểu nhầm.

Hãy đọc những câu sau: *"Không cần biết bạn đến từ đâu - Dù là phương Bắc, phương Nam, phương Đông hay phương Tây - Bạn đủ cần nhớ một điều duy nhất... và nó chính là đây!"*

Hãy lặp đi lặp lại những câu này cho đến khi bạn nhớ hoặc thuộc lòng chúng.

Kế tiếp, chúng ta sẽ kết hợp các câu trên với những hành động Thôi Miên Cảm Xúc tương ứng.

Khi bạn nói câu: *"Không cần biết bạn đến từ đâu",* hãy làm một động tác quạt tay thật rộng bằng tay phải hoặc tay *trái* - quạt Tử trái qua phải hoặc phải qua trái.

"Dù là phương Bắc", bạn quạt tay LÊN CAO; *"phương Nam",* và hạ tay XUỐNG DƯỚI; *"phương Đông*", rồi di chuyển tay qua BÊN PHẢI; *"hay phương Tây",* rồi quạt tay qua BÊN TRÁI.

"*Bạn chỉ cẩn nhớ một điều duy nhất*" - bạn giơ NGÓN TAY TRỎ lên và giữ nó ở đó cho đến hết câu.

"Và *nó chính là đây!"* Bây giờ, hạ ngón trỏ rồi đóng toàn bộ các ngón tay để tạo thành nắm đấm, rồi đấm vào lòng bàn tay của tay kia theo nhịp một-hai-ba cùng với câu "... chính... là... đây!"

Lần nữa, hãy điều phối lời nói và hành động của BẠN thành một thể

thống nhất, rõ ràng và *có trọng tâm* sao cho khán giả thích thú lắng nghe, theo dõi và nhớ lâu!

Không cần biết bạn đến từ đâu - Dù là phương Bắc, phương Nam, phương Đông hay phương Tây - Bạn chỉ cần nhớ một điều duy nhất... và nó chính là đây!

Bạn muốn những phần nói chuyện của mình được gia cố *thêm* tính chất Thôi Miên Cảm Xúc? Thế thì hãy luyện tập bài tập nho nhỏ trên trước mỗi một công việc hay sự kiện mà bạn tham gia giao tiếp hoặc diễn thuyết trong đó. Nó sẽ làm bạn tự tin hơn, tập cho cơ miệng bạn linh hoạt hơn và giúp bạn dễ tìm thấy sự cân bằng khi đứng tướcc đám đông khán giả.

Tôi có một nữ học viên là diễn viên truyền hình nổi tiếng. Cô Từng chia sẻ vói tôi rằng: "Ngay bản thân những Tử ngữ và động tác minh họa Bắc-Nam-Đông-Tây cũng đủ khiến tôi nhún nhảy theo - giống như một diễn viên múa tập dượt các cú đá chân và xoay người trước khi trình diện khán giả!"

Bạn sẽ thấy rằng, bài tập trên không chi chú trọng kỹ năng Điều khiển và tạo sắc thái cho giọng nói mà còn là nền tảng để bạn chú ý hơn đến sự Rõ ràng trong lời nói và hành động của mình.

Sự Rõ ràng chính là chiếc chìa khóa bạn cần phải biết cách sử dụng *để khán giả hoặc người nghe hiểu mìnhl*

Emmett Kelly, nam diễn viên nổi tiếng chuyên trị vai hề, Từng nói rằng: "Nếu bạn là một gã Joey ở con phố Big Bertha, bạn thừa sức làm Thằng Ngốc trên lưng những con bò - Khi đó, cuộc sống của bạn như một Khoảng Trời Rộng Lớn."

Chỉ những diễn viên kỳ cựu trong nghề xiếc mới hiểu ý nghĩa câu nói trên: "Nếu bạn là một tên hề ở Bamum & Bailey, bạn sẽ có cơ hội tỏa sáng trên lưng voi - và khoảng khắc đó chẳng khác nào Thiên Đường ở Hạ Giới."

Bạn có thích như thế?

Bạn giao tiếp giỏi khi và chỉ khi người nghe hoặc khán giả có thể hiểu những gì bạn nói và làm mà không cần phải có đôi tai siêu nhạy hay trí thông minh vượt mức bình thường.

Liệu có cách nào giúp bạn biết được rằng mình có đang diễn thuyết vói chất giọng đủ để tất cả khán giả bên dưới có thể lắng nghe, không quá cao mà cũng không quá thấp *mà không cần* dùng đến mấy thiết bị âm học cầu kỳ phức tạp? Có chứ.

Hãy nhìn và nói với vị khán giả cách xa bạn nhất; bằng cách này, tất cả khán giả Từ dưới đó trở lên đều sẽ nghe được bạn.

Đây là một bí kíp hữu ích để bạn điều chỉnh giọng nói của mình khi giao tiếp với người khác, bất kể họ đang cách xa hay đứng gần bạn.

Trong hầu hết các tình huống giao tiếp, giọng nói của bạn đồng thời phản ánh những cảm xúc và cảm nhận bên trong của bạn. Khi một người quen của bạn giới thiệu bạn với ai đó và nói, "Dot, tôi muốn anh gặp Kenneth", cách anh ta Điều khiển, tạo sắc thái và sự Rõ ràng trong câu nói đó sẽ ngay lập tức báo cho anh bạn Dot kia biết rằng tâm trạng anh ta đang vui vẻ - hay đau khổ - khi làm công việc giới thiệu này.

Bất kể thông điệp bạn muốn truyền tải đến người nghe là gì, hãy đảm bảo rằng nó được biểu đạt bằng một giọng nói có khả năng Thôi Miên Cảm

Xúc khán giả nhờ vào bộ ba ĐSR - Điều khiển, Sắc thái và Rõ ràng.

Một diễn giả nọ trình bày bài diễn thuyết của mình suốt một tiếng đồng hồ bằng một giọng đều đều đến phát chán. Các khán giả ở dưới bắt đầu thấy nản, quay sang nói chuyện to nhỏ vói nhau thay vì lắng nghe vị diễn giả. Tuy vậy, người diễn giả vẫn không nhận ra vấn đề của mình, tiếp tục phần trình bày với cái giọng "trước sau như một", nghe như tiếng bánh xe lửa rê rê rũ rượi trên một tuyến đường ray dài vô tận.

Để nhắc nhở khán giả phải yên lặng và lắng nghe diễn giả, nhà tổ chức sự kiện ngày hôm đó dùng một chiếc búa của thẩm phán đập rầm rầm trên bàn đến bảy tám lần. Đến lần đập cuối cùng, chiếc cán búa vô tình văng ra và trúng ngay một vị khán giả đang ngồi ở hàng ghế đầu.

Cả khán phòng bỗng im bặt một cách đáng sợ. Nhà tổ chức với gương mặt tái mét đứng lên chuẩn bị xin lỗi.

Trong khi nhà tổ chức vẫn còn đang run rẩy chưa thốt nên lời, vị khán giả bị trúng thương nọ mím môi, lắc đầu và van xin: "Đánh tôi thêm một phát nữa nào Charlie. *Tôi vẫn còn nghe rõ lắm!"*

Khán giả hoặc người nghe của bạn sẽ không phải rơi vào tình trạng bối rối như thế nếu bạn biết đặt mình vào vị trí của họ - thay vì chỉ chăm chăm nói. Để tăng khả năng Thôi Miên Cảm Xúc cho chất giọng của mình, bạn hãy thường xuyên luyện tập các bài tập liên quan đến Hộp Điều Khiên Giọng Nói mà bạn thích trong số những bài tập tôi đã trình bày ở phần trên. Hãy nhớ áp dụng nguyên tắc ĐSR trong giao tiếp hàng ngày!

Khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của BẠN không chỉ liên quan đến *những gì* bạn nói, mà còn phụ thuộc vào cách bạn nói chúng *như thế nào.*

Với bộ ba Điều khiên, Sắc thái và Rõ ràng, bạn sẽ dễ dàng thốt ra được những lời nói, ngôn từ, thể hiện được những hành động và biểu cảm cuôn hút, khiến cho khán giả phải *hào hứng* và *không thể rời mắt khỏi bạn!*

CHƯƠNG 15

HOÀN THIỆN TÍNH CÁCH VÀ KHẢ NĂNG THUYẾT PHỤC CỦA BẠN BẰNG THUẬT THÔI MIÊN CẢM XÚC

Tài năng, trình độ và hình ảnh cá nhân của bạn dù có tuyệt vời đến mấy đi chăng nữa cũng sẽ trở nên vô dụng nếu thiếu đi tính cách tốt.

Điều này được chứng tỏ rõ mồn một ngay trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta.

Trong số những con người xung quanh chúng ta, có người chúng ta thích, và có người chúng ta không thích. Với những người chúng ta thích, chúng ta sẵn sàng dành thêm thòi gian, tiền bạc và công sức để ở bên cạnh họ; còn với những người chúng ta không thích, *còn khuya!*

Chẳng hạn, bạn đã bao giờ bõ công đi vào một cửa hàng đông nghẹt người chỉ để được phục vụ bởi *một* nhân viên bán hàng mà bạn quý mến?

Tại sao có những tiệm hớt tóc đông nườm nượp, còn nhiều tiệm khác thì "vắng như chùa Bà Đanh"? Tại sao các bà các cô thường thích đi đến

cửa hiệu trang điểm *ưa thích* của mình chứ không đi những chỗ khác? Tại sao bạn luôn *háo hức* chờ đợi sự xuất hiện của một nhân vật nào đó, đồng thời lại *ghét cay ghét đắng* sự có mặt của vài người khác - dù đó là trên truyền hình, đài phát thanh, băng đĩa ca nhạc, trong các tác phẩm văn học hay trong các mối quan hệ của bạn?

Câu trả lời nằm trong "tính cách" và ý nghĩa *cá nhân* của nó đối với bạn. Những lời nói và hành động của người khác luôn có tác dụng làm bạn thấy vui hoặc không vui... *về mặt cảm xúc.*

Giờ đây, khi bạn được trang bị Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ có thể rèn luyện và hoàn thiện tích cách của mình một cách hiệu quả và có lợi hơn cho bản thân - bởi vì- thực chất, tính cách *của bạn* chính là kết quả sự phản ánh của *người khác* đối với những ngôn từ và hành động Thôi Miên Cảm Xúc Tử bạn.

Do vậy, kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc *giỏi hơn* sẽ giúp bạn hình thành cho mình một tính cách *tích cực* và *hiệu quả hơn*. Và vói một tính cách mới *tốt đẹp hơn*, bạn sẽ sở hữu quyền năng thuyết phục *to lớn* và dễ *thành công hơn* trong cuộc sống.

Tính Cách và khả năng Thuyết Phục là hai thứ vốn liếng lợi hại nhất của mỗi một con người. Chúng giúp bạn đạt được phần lớn những mục tiêu mình đề ra, có một sức khỏe tốt và phong thái vững vàng hơn.

Tuy nhiên, để đạt được những điều đó, bạn cần phải có khả năng điều khiển được những phản ứng xúc cảm của chính mình cũng như kiểm soát được những phản ứng mà ngôn từ và hành động của mình gây ra cho người khác. Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn có *được quyền kiểm soát* này!

Sau đây là Mười Hai Lời Khuyên Vô Giá giúp bạn hoàn thiện Tính Cách và khả năng Thuyết Phục của bản thân chỉ nhờ Thuật Thôi Miên Cảm Xúc:

1. Đặt câu hỏi

Hãy tìm hiểu quan điểm của đối phương trước khi chia sẻ quan điểm của mình. Điều này đặc biệt quan trọng khi cuộc trò chuyện của bạn có liên quan đến một hoặc vài trong tám chủ đề dễ gây bất đồng nhất được đề cập ở Chương Mười.

Hãy thuần thục những Ưu Thế và Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên. Việc đặt *đúng* câu hỏi sẽ giúp bạn nhận được *đúng* câu trả lời mình mong muốn nhằm dẫn dắt cuộc giao tiếp - dù là trong chuyện riêng tư, chuyện công việc, trong hôn nhân, kinh doanh bán hàng hay các mối quan hệ xã hội.

2 Nói những điều đối phương muốn nghe

Hãy nói chuyện với mọi người theo cách *của họ*, rồi họ sẽ *muốn* lắng nghe bạn! Một khi họ lắng nghe bạn, họ sẽ có thể nhớ mặt thuộc tên bạn, tôn trọng và yêu mến bạn hơn... và hành động như ý bạn muốn.

Phần lớn con người không thích *suy nghĩ* - họ thích cảm nhận. Những cảm nhận của con người chính là phản ứng xúc cảm của họ đối với sự vật, sự việc và những con người khác. Chúng là minh chứng cho thấy cảm xúc và suy nghĩ của chúng ta là hai thứ không thể tách rời nhau.

Mọi quy trình suy nghĩ và hành động của chúng ta đều có vài động cơ cảm xúc đứng đằng sau đó.

Giao tiếp chỉ có thể thành công khi có sự thấu cảm giữa người nói và

người nghe. Nếu bạn muốn giao tiếp hiệu quả hơn cũng như hoàn thiện tính cách và kỹ năng thuyết phục của bản thân, những ngôn từ và hành động của bạn cần phải "chạm" được vào những cảm nhận hay trái tim của người nghe!

Bất chấp những khác biệt giữa người này với người kia, các cảm nhận tự nhiên của con người cũng chính là những nhân tố khiến họ chú ý và lắng nghe nằm trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng.

Một trong *số* những cảm nhận này chính là nhân tố CHỦ ĐẠO khiến một người phải lắng nghe một chủ đề nào đó. Trong mọi mối quan hệ giao tiếp giữa con người vói con người - kể cả quan hệ vợ chồng hay hôn nhân, nhân tố này vừa có thể củng cố mà cũng vừa có thể hủy hoại mối quan hệ!

Một kỹ sư tên N. dành một món quà bất ngờ cho vợ nhân dịp kỷ niệm 15 năm ngày cưới của họ: một chiếc áo lông chồn đắt tiền. Khi bà N. thấy chiếc áo, đôi mắt bà sáng bừng trong khi khuôn mặt bà vui sướng ngập tràn.

Bà N. khoác thử chiếc áo với niềm hãnh diện hiện rõ trên khuôn mặt.

"Ôi anh yêu!" bà tán dương chồng. "Em chưa bao giờ dám mơ đến ngày mình được mặc một chiếc áo lông chồn kiêu sa thế này. Đây quả là một món quà quá tuyệt vời với em!" Bà tặng chồng ba nụ hôn ngọt ngất ngây rồi chạy vội về phía chiếc gương đứng để soi.

Ông N. cũng đỏ mặt. "Anh rất vui là em thích nó", ông nói.

"Thích ư? Không đâu, em yêu nó mất rồi!" Bà N. buộc chiếc áo vào eo mình rồi xoay mấy vòng trước gương. "Mấy bà chị kia sẽ phát cuồng vì

ghen tị khi nhìn thấy em trong chiếc áo lộng lẫy này. Nó làm em trông thật quý phái và thanh mảnh hơn hẳn!"

"Mấy người bán hàng cũng nói vậy đó, khi anh bảo họ em béo như thế nào", ông N. đáp lại. Rất tiếc, ông chồng chưa kịp nói hết câu thì...

"Anh nói vói họ là em *béo?"* bà N. bỗng thét lên giận dữ. "Tử lúc nào mà anh dám…!"

Trước khi cơn giận kịp nguôi ngoai, bà vợ phán ngay một câu ngọt xớt rằng "Em không thích chiếc áo này - dù cho đó *là* áo lông chồn!" Dịp kỷ niệm ngày cưới của họ đang vui vẻ bỗng xôi hỏng bỏng không chỉ vì như thế!

Bạn tưởng tượng xem, một ông chồng mất hàng nghìn đô để mua một chiếc áo khoác hàng hiệu làm quà tặng vợ để vợ *vui;* rồi sau đó ông ta lỡ nói ra vài Tử chẳng tốn xu nào... nhưng lại làm bà vợ *nổi trận lôi đình.*

Cẩn thận với những Tử Huyệt Cảm Xúc tiêu cực mà bạn có thể vô tình tác động nơi người nghe của mình! Nó đủ sức phá hủy mọi cuộc vui chỉ trong chốc lát!

Hãy rèn luyện cho mình thói quen nói những điều mà đối phương *muốn* nghe hơn là chỉ nói về mình. Điều này sẽ giúp bạn mài giũa kỹ năng quan sát, nâng cao khả năng thuyết phục và tình tế hơn vói những cảm nhận của người khác.

Khi con người không giao tiếp, họ chìm ngập trong những khoảng không trống rỗng hoặc những mớ bòng bong suy nghĩ trong tâm trí. Những lúc đó, họ đang mải "lắng nghe chính mình". Bạn chỉ có thể xuyên thủng được "hàng rào" đó bằng cách tác động *chính xác* vào Tử Huyệt Cảm Xúc

của họ, rồi họ sẽ lắng nghe *bạn!*

Trong mọi cuộc giao tiếp luôn tồn tại một Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương mà bạn có thể khai thác để kết nối với những *khao khát* cũng như *nỗi sợ* trong lòng họ. Tử huyệt đó có thể thuộc phạm vi Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu hoặc Danh Tiếng - như chúng ta đã biết.

Hãy tìm ra nó!

Hồi Connie Mack còn quản lý câu lạc bộ bóng chày Philadelphia Athletics, Max Bishop là một trong những thành viên chủ lực của đội. Suốt mùa giải nọ, Bishop liên tục ăn uống quá đà đến nỗi lên cân và trở nên chậm chạp trên sân bóng.

Mack làm đủ mọi cách để thuyết phục Bishop bỏ thói quen ăn thức ăn chứa nhiều dầu mỡ, Tử cảnh cáo, đe dọa cho đến van xin. Nhưng mọi nỗ lực của ông vẫn không mang lại kết quả gì.

Trong một trận đấu diễn ra vào một buổi chiều nọ, tình trạng thừa cân và chậm chạp khiến Max liên tục đánh hỏng những cú dễ ăn. Anh ta bị thay người giữa những tiếng la ó tức giận của cổ động viên.

Connie Mack bước đến chỗ Max và nói vói anh bằng một giọng ân cần: "Max, lần tới nếu cậu định đánh một cú ăn ba, đừng quên dừng lại *ở* căn cứ *số* hai!"

Max Bishop cau mày - và kể Từ đó, anh ta không còn ăn uống vô độ nữa! Cuối cùng, vị huấn luyện viên cũng đã thuyết phục được anh!

Đừng chi nói với người khác những gì *bạn* muốn nói.

Hãy nói những gì *họ* muốn nghe... Từ trong *cảm xúc* của họ!

3. Lược bỏ đại từ "Tôi" mỗi khi có thể

Người nghe cần được ưu tiên hơn bản thân bạn.

Khibạn thường xuyên thốt ra Tử "Tôi",điều này có nghĩa là bạnđang tập trung vào bản thân mình khi giao tiếp! Nó trái với nguyên tắc của Thôi Miên Cảm Xúc.

Thay vào đó, hãy ưu tiên dùng những đại Tử như "chúng ta-bạn- anh-chị-vấn đề của bạn và của tôi-cả hai chúng ta." Cách tiếp cận này giúp cho người nghe trỏ thành *một phần* của bạn. Nó giúp bạn thiết lập sự hòa hợp ngay tức khắc và là chất xúc tác hữu hiệu cho sự Thôi Miên Cảm Xúc.

Đại Tử "Tôi" chỉ nên được sử dụng trong những cụm từ như: "Tôi đề nghị..." hoặc "Tôi đề xuất..." hoặc "Tôi tin là..."

"Tôi" nghe rất vị kỷ và kiêu kỳ.

"Bạn", "Anh", "Chị" và những đại Tử ngôi thứ hai khác nghe thân thiện, nồng ấm hơn và có bao hàm mối giao cảm thuyết phục trong đó.

Hãy lược bỏ đại Tử “Tôi" mỗi khi bạn có thể. Hãy luôn nhớ, người nghe chính là lý do vì sao bạn giao tiếp!

4. Khiêm nhường

Trong một cuộc giao tiếp, nếu rơi vào tình huống phải có một người bị cười chê hoặc trở thành nạn nhân của một trò đùa, người đó nên là *bạn!*

"Tôi thừa nhận mình "lơ mơ như con bò đeo nơ", mất sáu năm đẹp đẽ nhất của cuộc đời chi để học cho xong lớp sáu!" Khán giả sẽ thích thú với điều này - vì bạn không ngại làm cho bản thân mình trông *kém thông minh,* hơn họ.

Khán giả sẽ dễ có thiện cảm với những diễn giả hoặc những người nói chuyện sẵn sàng thừa nhận thiếu sót và không ngại nói câu "tôi cẩn phải cố gắng nhiều!"

Một nữ học viên Từng kể tôi nghe rằng cô vô tình thừa nhận vói một anh chàng độc thần mói quen rằng cô không được thông minh sáng sủa cho lắm. Và cô hỏi anh ta rằng nếu *anh ta* là người trong cuộc thì *arầ* sẽ giải quyết tình huông khó khăn mà cô đang gặp phải như thếnào - và buổi trò chuyện ngày hôm đỏ chính là khởi đầu cho một chuyện tình lẵng mạn giữa hai người, về mặt cảm xúc, cô đã làm cho chàng trai đó cảm thấy mình *thông minh* và *quan trọng* hơn cô, và một điều trùng hợp nữa là Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của anh ta cũng chính là Danh Tiếng. Đây chính là điều ám ảnh tâm trí anh ta nhiều nhất!

Nếu bạn rơi vào một tình huống cực đoan đến nỗi buộc lòng phải nói ra vài lời lẽ không hay, nguyên tắc Thôi Miên Cảm Xúc vẫn không đổi. "Sam, cậu là một thằng tồi", bạn nói, "nhưng tớ e rằng tớ cũng vậy!"

Câu nói đó sẽ giúp Sam vừa hiểu ý bạn, vừa không đánh mất thiện cảm với bạn chỉ vì một lời góp ý thẳng thắn.

Do vậy, đừng ngại tự giễu mình nếu cần, miễn là bạn đừng giễu khán giả là được. Hãy khiêm nhường và sẵn sàng đặt người nghe ở vị trí cao hơn mình, vì họ chính là Nhân Vật Quan Trọng Nhất làm nên cuộc giao tiếp của bạn!

5- Quan tâm đến Từng khán giả

Hãy nhìn vào đôi mắt của từngkhán giả *một*- kể cả những người ngồi ở góc hoặc rìa. Đừng bỏ sót *bất kỳ ai!*

Hãy để cho khán giả biết rằng họ là tất cả đối với bạn.

Ngay khi cuộc trò chuyện có dấu hiệu chùng xống, hãy kết thúc câu chuyện bạn đang kể bằng một câu hỏi. Hãy để cho khán giả được tham gia cùng bạn; vì mọi hoạt động thay đổi đều có thể là những Trải Nghiệm Mới hấp dẫn, đánh động thị giác và hỗ trợ tương tác lẫn nhau giữa người nói và người nghe.

Hãy gọi đúng tên người nghe hoặc khán giả - đặc biệt khi có sự hiện diện của những người khác. Con người luôn thích nghe tên minh được xưng danh một cách trang trọng. Nếu bạn không nhớ tên vị khán giả đó, hãy cứ gọi là "Anh", "Chị" hoặc "Bạn". "CHỊ cảm thấy thế nào?" "Rất vui được trò chuyện cùng ANH!"

Hãy quan tâm đến *Từng khán giả* hoặc *người nghe* của mình mỗi khi giao tiếp. Đây không chỉ là phép lịch sự tối thiểu mà còn là một bí kíp Thôi Miên Cảm Xúc hữu hiệu!

6. Đừng xem thường khán giả

Nếu những lời nói, hành động, ngôn từ hoặc câu chuyện của bạn không khơi dậy phản ứng bạn mong muốn Từ khán giả, bạn không cần phải cố giải thích!

Sự hài hước, sở thích và những mối quan tâm của mỗi người là những lĩnh vực mang tính cá nhân và luôn có sự sai khác nhất định giữa người này với người kia. Có thể có bốn người cùng "lắng nghe" câu chuyện của bạn, nhưng phản ứng của họ chưa chắc đồng nhất: Người thứ nhất cười nghiêng ngả; người thứ hai cười vừa phải; người thứ ba nhoẻn miệng cười cho có; còn người thứ tư thì tỏ vẻ khó chịu và vẫn tiếp tục mơ màng cùng những

mối bận tâm trong đầu.

Trong hầu hết các trường hợp, khán giả không hiểu những lời nói hoặc chuyện cười của bạn là do chúng không được thể hiện một cách đủ hấp dẫn để họ phải lắng nghe.

Một giáo viên dạy môn khoa học tự nhiên phàn nàn với chủ nhiệm bộ môn về John, một học sinh trong lớp anh ta dạy.

"Mỗi khi tôi bắt đầu giảng bài, John luôn đưa tay đặt câu hỏi và cắt ngang lời tôi. Có cách nào khiến cho cậu bé ngoan ngoãn hơn không?"

"Đừng làm thế", vị chủ nhiệm bộ môn trả lời. "Điều đó có nghĩa rằng John là em học sinh duy nhất thực sự lắng nghe bài giảng của anh đây!"

Hãy sử dụng những Tử ngữ hoặc hành động có tính chất gợi hình hoặc có thể minh họa được; hãy tìm và khai phá những yêu tố này trong những câu chuyện và ý tưởng mà bạn đã lựa chọn để trình bày với người nghe hoặc khán giả!

Trong lý thuyết Thôi Miên Cảm Xúc, Tử Huyệt Bản Thân của con người nói rằng con người có xu hướng thích làm những việc dễ dàng, an nhàn và vui vẻ nhất có thể. Tương tự, "trăm nghe không bằng một thấy", hãy mạnh dạn minh họa, làm cho những ngôn từ và câu chuyện của bạn thêm sinh động và kịch tính!

Hãy gia tăng sự hào hứng và quan tâm của khán giả hoặc người nghe bằng Trải Nghiệm Mới và những câu hỏi đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng!

Nếu giao tiếp thất bại, bạn chỉ có thể tự trách mình - vì thất bại không liên quan gì đến khán giả, người nghe hay độc giả của bạn. Hãy nhớ, người nghe của bạn thông minh hơn bạn tưởng - thậm chí là thông minh hơn cả

bạn.

Đừng xem thường khán giả! Hãy tập trung thuyết phục họ bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, đơn giản là vậy!

7. Hãy trân trọng khán giả

Đừng tiếc lời khen ngợi người nghe khi họ xứng đáng được như thế Hãy nói "Cảm ơn" thật nhiều với những khán giả thân thương của bạn!

La Rocheíoucauld Từng nói rằng: "Chúng ta thường tự lừa dối bản thân rằng mình chúa ghét những lời có cánh; nhưng thực chất, điều chúng ta ghét hóa ra là *cách* người ta nói những lời có cánh đó."

Hãy khen ngợi người khác một cách thật lòng. Rồi bạn sẽ bất ngờ với những sự phản hồi tích cực và tốt bụng mà họ đáp lại bạn chỉ sau vài tiếng cảm ơn chân thành!

Hy vọng là thứ vốn liếng bền bỉ nhất của mỗi con người. Ai ai cũng hy vọng mọi nỗ lực của mình được người khác trân trọng và đền đáp, dù chi là vài ba tiếng cảm ơn.

Hãy trân trọng khán giả và người nghe của bạn... rồi bạn sẽ hạnh phúc tột cùng khi sự trân trọng của *bạn* được đền đáp xứng đáng!

8. Đừng nhai đi nhai lại nỗi đau của người khác

Mô thức cảm xúc của mỗi người được quyết định bởi quan niệm của họ về "đúng" và "sai" trong cuộc sống.

Nếu *bạn đã từng vô tình làm tổn thương cảm xúc của người khác, nhiều khả năng điều này sẽ lại tái diễnỉ*

Cẩn thận đấy! Đây là một trong những nguồn cơn mâu thuẫn nguy

hiểm nhất trong các mối quan hệ của con người như quan hệ vợ chồng, quan hệ giữa y tá và bệnh nhân, sếp và nhân viên, cha mẹ và con cái, người bán và người mua. Nó đánh đổ mọi sự thân thiết tôn trọng, tình bằng hữu, các mối quan hệ gia đình và xã hội.

Hẳn là bạn còn nhớ câu chuyện về ông chồng nọ chê món thịt hầm Ái Nhĩ Lan do vợ mình nấu "không ngon bằng mẹ anh nấu?" Hay anh chàng Vincent cao một thước tám liên tục chế giễu thuộc cấp của mình bằng những biệt danh không đỡ nổi như "Nấm Lùn", "Quý ngài Tôm Tép", "Người Mẩu" và đại loại như thế?

Hãy cẩn trọng với những gì mình nói! "Niềm đau chôn giấu" của một người là dấu hiệu giúp bạn phát hiện ra Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của người đó - là nhân tố mạnh nhất khiến anh ta phải chú ý và làm cho bạn được yêu quý... hoặc ghét bỏ bạn hơn!

Hãy nhớ lấy lời khuyên trên!

Nếu bạn muốn sở hữu một phong thái đĩnh đạc và khả năng thuyết phục bậc thầy, *đừng nhai đi nhai lại nỗi đau của người khác!* Hãy nhớ, giỡn mặt với cảm xúc của người khác là một hành vi nguy hiểm không thua gì đùa với thuốc nổ"!

9. Lắng nghe chăm chú

Kỹ năng lắng nghe mang lại cho bạn ba lợi ích:

a. Sự lắng nghe đồng nghĩa vói thái độ tôn trọng đối phương và nâng niu Danh Tiếng của họ;

b. Lắng nghe giúp bạn được học hỏi và tiếp thu thêm thông tin và kiến thức Tử người nói;

c. Thông qua việc lắng nghe những gì ngươi kia tiết lộ, bạn sẽ có cơ hội khám phá ra Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của họ, để sau đó bạn dễ bề phản hồi và làm cho họ lắng nghe mình!

Hãy "lắng nghe" bằng cả đôi tai lẫn đôi mắt! Nhìn đối phương thật sâu. Đôi mắt bạn phải thể hiện được sự quan tâm chăm chú đến câu chuyện họ đang kể - chứ đừng ném vào họ ánh nhìn hờ hững của người bận rộn.

Đối phương nói chuyện với bạn là vì họ muốn bạn lắng nghe.

Hãy chú tâm lắng nghe người kia nói - rồi người kia cũng sẽ chú tâm lắng nghe bạn khi bạn nói!

10. Cười nhiều hơn

Bạn muốn tạo thiện cảm ngay lập tức với khán giả? Thế thì mỉm cười nào!

Nụ cười là một sự ngợi khen không lời màu nhiệm, một cái ôm nồng ấm và là một thái độ hành động tích cực.

Nụ cười có khả năng tranh cãi mà không gây tổn thương. Khi được đi kèm với một cử chỉ bắt tay hoặc vỗ vai trìu mến, nụ cười có thể diễn đạt nhiều niềm vui hơn cả lời nói, và nó ngay lập tức khuấy động cảm xúc tích cực nơi đối tượng giao tiếp của bạn.

Hãy cười nhiều hơn! Nụ cười không chỉ là một công cụ Thôi Miên Cảm Xúc vô giá, mà còn là một món quà tuyệt vời bạn luôn có thể cho và nhận mà không tốn xu nào!

11. Thư giãn cảm xúc

Sức khỏe tốt, sinh hoạt lành mạnh và hệ thống y tế chất lượng là bộ ba

không thể tách rời nhau để chúng ta có một cuộc sống khỏe mạnh. Trong đó, bạn chẳng thể nào có sức khỏe tốt nếu không biết cách nghỉ ngơi thư giãn.

Thư giãn là một tình trạng cảm xúc. Mỗi người chúng ta có những nhu cầu vật chất và tinh thần khác nhau, nên cách chúng ta thư giãn cũng không hoàn toàn giống nhau.

Bạn muốn trị dứt chứng khó ngủ và dễ say giấc hơn vào mỗi tối? Bạn cần *sự khuây khỏa* sau những giờ làm việc căng thẳng? Bạn muốn cảm xúc của mình luôn tích cực để có thể làm một ông bố bà mẹ, hay một người bạn, người yêu giỏi giang hơn? Bạn muốn làm việc *hiệu quả hơn* cũng như *cải thiện* mối quan hệ với người thân, đồng nghiệp và bè bạn?

Thế thì hãy THƯ-GIÃN!

Rất nhiều người phàn nàn rằng: "Được nghỉ ngơi thật là sung sướng - nhưng làm thế nào để tôi có thể thư giãn hoàn toàn được? Chuyện này mất nhiều thời gian lắm!"

Vâng, kỳ thực, thư giãn thực sự cũng cần phải được *chuẩn bị*. Việc này rất đơn giản và dễ làm, nếu bạn áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trong *giao tiếp với chính mình*.

Học viện Thôi Miên Cảm Xúc của tôi đã xây dựng và hình thành nên Kỹ Thuật Thư Giãn trên nền tảng ứng dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc. Đó là một kỹ thuật giao tiếp đòi hỏi quá trình luyện tập, khả năng tưởng tượng sáng tạo và quan trọng là nó cực kỳ hiệu nghiệm.

Để thư giãn thành công, chúng ta phải giao tiếp hiệu quả với chính mình- thâm nhập thành công tâm trí của chính chúng ta và điều khiển được

những cảm xúc "hiếu động" nhất trong đó!

Sau đây là cách thức thực hiện:

a. Việc trước tiên là bạn phải nắm được bản chất Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của con người gồm có Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng. Đây là những tử huyệt giúp bạn thâm nhập tâm trí và duy trì sự chú ý của bất kỳ ai đối với những lời nói và hành động của mình. Định nghĩa và các đặc điểm của chúng đã được trình bày rất rõ ràng xuyên suốt quyển sách này.

b. Nhận diện Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo*và tử huyệt *thứ nhì*của chính bản thân bạn.

c. Tập trung đầu óc vào *bất kỳ* khía cạnh nào của hai Tử Huyệt Cảm Xúc còn lại.

Ví dụ, nếu Danh Tiếng (hay thể diện) và Tình Yêu là hai điều ám ảnh bạn nhất trong cuộc sống, chúng chính là hai Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của bạn. Để thư giãn cảm xúc của mình, bạn hãy hạn chế suy nghĩ về những vấn đề thuộc hai tử huyệt này, và tập trung trí lực và thể lực vào hai thứ còn lại - Tiền Bạc và Bản Thân.

Bạn có thể tưởng tượng ra cảnh mình vừa vớ được một đống tiền, tìm được kim cương hột xoàn hoặc kho báu giá trị trong một tình huống bất ngờ, trúng số độc đắc, được trọng thưởng vì một kỳ tích nào đó, hoặc ngồi lên kế hoạch tài chính cho bản thân. Hoặc, bạn có thể nghĩ đến những món ăn mình ưa thích, một cách thức hoặc phương pháp thoải mái hơn để làm việc nhà, hoặc nghĩ đến cảnh mình được thả người lên võng đánh một giấc trưa ngon lành dưới hàng dừa cọ xanh mát - bất kỳ những hoạt cảnh thú vị

nào mà bạn thích và thuộc nhu cầu Bản Thân.

Giống như Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, thư giãn là một thói quen có lợi cho sức khỏe. Thật không may là trên thực tế rất nhiều người có cuộc sống sung túc xa hoa, nhà cao cửa rộng nhưng vẫn không biết cách làm thế nào để thư giãn. Tại sao thế nhỉ?

Bạn làm sao có thể nghỉ ngơi thư giãn đượckhi tâm trí bạn vẫn cồn ngập ngụa trong hàng đống những mối bận tâm lo toan!

Hãy tự xuyên thủng tâm trí của chính mình và thư giãn bất cứ khi nào bạn muốn bằng cách tập trung vào những điều bạn *ít quan tâm nhất* trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc - là hai tử huyệt *không* có nhiều khả năng khiến bạn phải chú ý hay lo nghĩ.

Làm được như thế, bạn sẽ phân tán được sự tập trung của chính mình! Vì bản thân bạn không có nhiều mối ràng buộc giao cảm với hai Tử Huyệt Cảm Xúc yếu nhất đó, nên chúng sẽ nhanh chóng *biến khỏi tâm trí bạn*.

Thư giãn giúp bạn ngủ ngon, khỏe khoắn, làm việc và vui chơi giải trí hiệu quả hơn hẳn.

Thư giãn đúng cách là một nhu cầu thiết yếu hàng ngày của mỗi người.

Hãy áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để Thư Giãn ít nhất mười phút mỗi ngày! Vâng, chỉ cần mười phút - chẳng hạn sau bữa ăn trưa - là đủ để bạn cải thiện giấc ngủ, sức khỏe, ngoại hình và thần thái của mình!

Hãy thư giãn *cảm xúc* của bạn! Rồi bạn sẽ tống khứ được mọi nỗi lo âu căng thẳng và luôn sẵn sàng để Thôi Miên Cảm Xúc!

12. Hình thức chỉ là phụ, Thôi Miên Cảm Xúc mới là chính

Hình thức hay ngoại hình của bạn chỉ quan trọng khi nó gắn kết với nhu cầu cảm xúc của người nghe hoặc khán giả.

Khán giả có thể không nhớ trang phục, kiểu tóc hay phụ kiện thời trang của bạn, hoặc chúng có thể gây phản cảm, khiến người xem bàn tán xôn xao hoặc được tán dương. Điều này tùy thuộc vào mô thức cảm xúc cá nhân của mỗi người. Không ai có phản ứng giống ai, kể cả khi chúng ta xem truyền hình.

Chẳng hạn, khi trên TV xuất hiện một nữ ca sĩ đang cười nói với khán giả trong lúc chờ đến phần trình diễn của mình, thì hàng triệu khán giả đã bình phẩm này nọ như: "Nhìn kiểu tóc của cô kìa!" hoặc "Cô ta quá béo để mà mặc một chiếc váy ngắn như vậy!"

Cô ca sĩ chưa kịp hát thì đã bị dân tình bình phẩm!

Tương tự, trong mắt những người xung quanh, chúng ta là những nghệ sĩ trình diễn đang cạnh tranh nhau để giành lấy sự chú ý, phản hồi và lợi ích Tửngười khác. Nếu hình thức của chúng ta không hài hòa với hành động của mình, chúng ta sẽ trở thành *những nhân tố gây xao nhãng*- chứ không phải gây chú ý.

Bất kể bạn làm gì hay nói gì, hãy đảm bảo hình thức của bạn phù hợp với nhu cầu cảm xúc của khán giả trước khi xem xét nhu cầu hoặc sở thích thời trang của bản thân!

Hãy gia tăng hiệu quả của hình thức bằng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc. Đừng lạm dụng ngôn từ, hành động hay ngoại hình khoe mẽ phô trương để lấn át những người đồng đội hoặc khán giả của mình; làm như thế chỉ khiến *bạn* mỗi lúc một chìm vào bóng tối!

Hình thức rất quan trọng - nhưng không quan trọng bằng khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của chính bạn.

Thôi Miên Cảm Xúc là khả năng điều khiển và khơi gợi người khác phản hồi — bằng cách khiến họ *phải* lắng nghe mình - và nó là chìa khóa giúp bạn có được một Tính Cách, Phong Thái và kỹ năng Thuyết Phục hoàn hảo hơn. Hình thức không chỉ là một sự đầu tư cần thiết, mà còn là con đường ngắn nhất dẫn bạn đến một lời khen phổng mũi hay một câu chê bai ê chề.

Nếu bạn có một khuyết tật ca thể không thể che giấu được, việc vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc sẽ tạo cho bạn lợi thế. Khi bạn nhận diện được những nhu cầu cảm xúc cấp thiết mà khán giả của mình đang rất muốn giải tỏa, bạn có thể chuyển trọng tâm nói chuyện vào *những cảm nhận bên trong của họ* thay vì để họ bị phân tán bởi khuyết tật của bạn. Bí kíp này đã được minh chứng bởi hàng nghìn những người khuyết tật có tài giao tiếp đáng ngưỡng mộ.

Tôi có một học viên tên Lee, người Mỹ gốc Trung Quốc. Cậu ta mắc phải tật nói lắp, và nó ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng giao tiếp của Lee dù cậu đã tìm đủ mọi cách để chữa trị suốt nhiều năm qua.

Mỗi khi cậu ta cất tiếng nói, khuôn mặt cậu thì nhăn nhó, Tử ngữ thì phì phò, cử chỉ thì cuống cả lên còn hai bàn tay thì nắm chặt vào nhau. Thời gian trôi qua thật chậm đến nóng cả mặt mỗi khi Lee nói bởi cậu ta mất đến mấy phút để nói xong một câu đơn gồm bốn Tử.

Trong lần đầu tiên Lee phải trình bày trước lớp, những lời nói và hành động minh họa của cậu khó hiểu đến nỗi khiến khán giả bên dưới đi Tử cảm giác căng thẳng hồi hộp cho đến phát cáu. Khi cậu ta kết thúc phần

trình bày, các học viên khác vỡ òa sung sướng "Cuối cùng cũng xong" như thể vừa chút được một gánh nặng.

Tuy nhiên, thay vì trở về chỗ ngồi, Lee phóng lên chiếc bảng đen và cầm một viên phấn. Trong khi chúng tôi hồi hộp theo dõi, cậu ta viết lên bảng:"*Tôi hy vọng tật nói lắp của mình không khiến mọi người xem thường tôi. Cả bố và anh trai của tôi đều cảm thấy xấu hổ chỉ vì tôi nói lắp. Mọi người làm ơn đừng đối xử với tôi như thế!"*

Hai mươi tám khản giả trong phòng học ngay lập tức thay đổi suy nghĩ của mình về Lee và giang rộng vòng tay chào đón cậu! Cậu ta đã thành công trong việc chuyển hướng sự quan tâm của khán giả bằng cách đánh vào cảm nhận bên trong của chính họ thay vì để cho họ chăm chăm vào khuyết tật của mình.

Thế là khán giả *yêu mến* cậu ngay lập tức!

Lee trở về chỗ ngồi mà không hề biết rằng cậu vừa vô tình tiết lộ cho chúng tôi Tử Huyệt Cảm *Xúc chủ đạo* của cậu - thứ có thể giúp cậu chấm dứt tật nói lắp.

Một tuần sau, chúng tôi gặp lại nhau trong buổi học kế tiếp. Ngày hôm đó, mỗi học viên có nhiệm vụ thuyết trình, trong đó có cả Lee. Trước khi đến lượt trình bày của Lee, tôi đến chỗ cậu ta và nói:

"Em có nhìn thấy chiếc ghế trông ở hàng thứ ba? Đó là chỗ ngồi *của tôi.* Trong khi em trình bày, hãy nhìn thẳng vào tôi. Hãy tưởng tượng tôi chính là bố em và những học viên khác chính là các anh trai của em. *Hoặc là chúng ta sẽ xấu hổ vì em - hoặc chúng ta sẽ rất hãnh diện khi có em trong gia đình này.* Giờ, hãy nói cho chúng tôi nghe và đừng nói lắp nữa!"

Lee trợn tròn mắt. Trong một khoảnh khắc, cậu ta nhìn tôi đăm chiêu trong khi tôi ngồi vào chỗ của mình. Sau đó, cậu ta nhún vai, tiến về phía trước lớp, mím môi một cách dứt khoát, và nói được câu nói Thôi Miên Cảm Xúc đầu tiên một cách trơn tru mỹ mãn.

Lee không hề nói lắp trong bài thuyết trình đó - và kể Từ đó, cậu ta cũng không còn bị tật nói lắp hành hạ nữa!

Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của cậu ta - Danh Tiếng - đã phát huy tác dụng. Và chính Lee đã vô tình viết cho chúng tôi biết cách làm thế nào để giúp cậu ta hóa giải tật nói lắp: "Tôi hy vọng tật nói lắp của mình không khiến mọi người xem thường tôi. Cả bố và hai anh trai của tôi đều cảm thấy xấu hổ chỉ vì tôi nói lắp. Mọi người làm ơn, đừng đối xử với tôi như thế!"

Chúng tôi không hề "xấu hổ" vì Lee; chúng tôi tự hào về cậu. Và Lee cũng rất tự hào về kỳ tích mình vừa làm được!

Hãy cố gắng khai phá những nhân tố mạnh mẽ khiến cho đối phương phải chú ý lắng nghe. Chúng sẽ giúp bạn định hướng và vận dụng kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc của mình một cách ngoạn mục vói hiệu quả vượt xa ngoại hình của bạn.

Một chàng trai hoặc cô gái *không* có ngoại hình chuẩn vẫn có thể khiến cho bao người chung quanh mê đắm chỉ bằng cách vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc trong ngôn từ và hành động của mình!

Nếu không có sự Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả, ngoại hình đẹp hay hình thức nổi bật thậm chí còn *gây bất lợi* cho bạn nhiều hơn bạn nghĩ.

Jean là một nữ học viên trong Học viện Thôi Miên Cảm Xúc của tôi.

Cô gái hai mươi tám tuổi này nổi bật với mái tóc đen dài và một vẻ duyên dáng quyêh rũ, là một trong những phụ nữ xinh đẹp nhất mà tôi biết trong các khóa học mình của mình.

Cô sở hữu một đôi mắt xám lung linh mọng nước như hai giọt sương. Hàm răng cô đẹp đều và trắng sáng. Thân hình cô quyến rũ như chính khuôn mặt đáng yêu của cô. Đôi môi cô cong nhẹ như cánh cung của thần tình yêu và phát ra một vẻ duyên dáng chết người mỗi khi cô cười. Giọng nói của cô cũng hoàn hảo không kém: thanh thoát, mong manh và ấm áp khó cưỡng.

Ấy vậy mà Jean không tự hào tí nào về sắc đẹp trời cho của mình! Nhiều người đàn ông thấy tôi là huýt sáo và cầu hôn vô tội vạ.Phụ nữ thì xì xầm bàn tán thị phi về tôi. Nhiều vị giám đốc sẵn sàng cho không tôi công việc mà chẳng thèm nhìn vào hồ sơ năng lực hay học vấn của tôi. Và nhiều người đàn ông muốn hẹn hò vói tôi chỉ để được có dịp vỗ ngực trước thiên hạ rằng mình có một cô bạn gái chân dài", Jean buồn rầu tâm sự. "Các bạn gái của tôi luôn ghen tị và đề phòng với tôi, còn tôi thì chỉ có một người bạn tốt duy nhất - một bà cô không chồng cỡ tuổi mẹ tôi!"

Jean thở dài ngao ngán. "Tôi muốn được yêu và lập gia đình - nhưng điều này có vẻ xa vời với tôi quá, sắc đẹp trời phú của tôi khiến đàn ông hoặc không dám đụng đến tôi, hoặc chỉ xem tôi như bình hoa di động, dễ vỡ, không bền. Kiểu gì tôi cũng thiệt. Thầy giúp tôi được chứ?"

Tình yêu là giao tiếp; và Thôi Miên Cảm Xúc cũng vậy.

Tinh yêu thực sự chỉ đến khi hai con người có thể thâm nhập Tử Huyệt Cảm Xúc *chủ đạo* của nhau thông qua ngôn từ và hành động.

Cô nàng Jean xinh đẹp sở hữu một ngoại hình *ngoài mong đợi* - nhưng kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc của cô lại *dưới mức mong đợi*.

Cô cần phải học cách tập trung làm nổi bật khả năng giao tiếp của mình *hơn* là dựa dẫm vào ngoại hình. Cô cần phải biết vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để trở nên chủ động và sáng tạo hơn trong giao tiếp, biết định hướng lời nói và hành động của mình một cách có chủ đích trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc đối với bất kỳ ai mà cô gặp!

Với kỹ nằng Thôi Miên Cảm Xúc *của mình,* bạn có thể *điều khiển* sự quan tâm chú ý của mọi người xung quanh, làm cho họ phải chú ý đến mình hoặc chuyển hướng sự chú ý đó trở ngược vào cảm nhận bên trong của chính họ. Không cần biết ngoại hình của bạn thế nào, bạn hoàn toàn có thể làm cho người khác phải thích mình ngay câu chào đầu tiên... hoặc câu chào thứ n nếu bạn không biết vận dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc!

Tóm lại, hãy tập trung vào việc giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc thay vì dựa vào hình thức hay ngoại hình! Dần dà, bạn sẽ tạo cho minh một phong thái hấp dẫn hơn, trở thành một cá nhân giỏi giang hơn với kỹ năng thuyết phục xuất chúng!

Mười hai lời khuyên trên không phải để đó cho vui; chúng chính là những Bí Kíp giúp bạn trở thành Bậc Thầy Giao Tiếp trong mọi hoàn cảnh. Giống như những lý thuyết khác của Thuật Thôi Miên Cảm Xúc, chúng đã được tổng hợp và xây dựng công phu dựa trên việc khảo sát hàng nghìn phản ứng khác nhau của con người trong giao tiếp mặt đối mặt, những cuộc nghiên cứu về ngôn từ và hành vi, các bài tập của học viên trong các khóa học, những kinh nghiệm quan sát cá nhân và hằng hà sa số những buổi tư vấn cho học viên, các nhà giáo dục, khán giả và khách hàng của tôi.

Tôi xin tóm lại chúng thêm một lần nữa dưới đây:

1. *Đặt câu hỏi;*
2. *Nói những điều đối phương muốn nghe*
3. *Lược bỏ đại Từ "Tôi" mỗi khi có thể;*
4. *Khiêm nhường;*
5. *Quan tầm đến Từng khán giả;*
6. *Đừng xem thường khán giả;*
7. *Hãy trân trọng khán giả;*
8. *Đừng nhai đi nhai lại nỗi đau của người khác;*
9. *Lắng nghe chăm chú;*
10. *Cười nhiều hơn;*
11. *Thư giãn cảm xúc;*
12. *Hình thức chỉ là phụ, Thôi Miên Cảm Xúc mới là chính.*

Hãy biến Mười Hai Lời Khuyên Vô Giá này thành trợ thủ đắc lực của bạn trên con đường chinh phục thành công. Chúng sẽ giúp bạn rèn luyện được tính chủ động, hoàn thiện tính cách, xây dựng một phong thái tự tin hơn và sở hữu khả năng thuyết phục bậc thầy.

Thuật Thôi Miên Cảm Xúc cũng giúp bạn hiểu bản thân mình hơn.Nó giúp bạn khám phá và hài hòa những cảm nhận của bản thân mình với người nghe, giúp bạn giao tiếp cụ thể hơn và biết cách *kiểm soát* những *phản ứng xúc cảm* của người khác đối với những lời nói và hành động của mình.

Thuật Thôi Miên Cảm Xúc được sinh ra không chỉ để dành cho bạn sử dụng, mà còn để khiến cho người khác làm điều bạn muốn.

Cuộc sống hàng ngày của chúng ta khó tránh khỏi những mâu thuẫn xung đột trong giao tiếp giữa các cá nhân, giữa vợ chồng, trong gia đình, ngoài xã hội và nơi công sở. Do vậy, bạn nên đọc đi đọc lại và gìn giữ cuốn sách này như một quyển cẩm nang hướng dẫn giúp bạn giải quyết mọi tình huống xảy ra mỗi khi cần.

Kể Tử ngày hôm nay, bạn hãy luôn nhớ rằng điểm khác biệt duy nhất giữa sự *cố gắng* giao tiếp một cách *khiên cưỡng* và *giao tiếp thành công* chỉ đơn giản là... khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của ngôn từ và hành động.

Vì sao?

Bởi vì chính BẠN - cùng khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của mình - sẽ là người sở hữu kỹ năng màu nhiệm để thúc đẩy và thuyết phục người khác *phải* lắng nghe và làm những gì bạn muốn!

~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~
~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~